平成 23 年度　消費者庁　委託事業

「家庭用品の品質表示に関する検討会」
報告書

平成 24 年 3 月

目次

1. 事業の目的

家庭用品品質表示法（以下「家表法」という。）は、家庭用品の品質に関するありのままの情報を消費者に提供することを製造業者、販売業者等に課すことにより、消費者に商品選択のよりどころを与え、かつ、その品質に即した合理的な使用を可能とすることにより、消費者の利益を保護しようとするものである。

上記の趣旨に鑑みれば、昨今の製品の多様化・高度化・複雑化や、消費者の品質表示に対する意識の向上、新しい販売形態の展開などの諸環境の変化を踏まえ、消費者にとってより正しく親切な表示制度を構築していく必要がある。

消費者庁では、現行制度に対する評価と要望を把握し、今後の家庭用品に係る表示の適正化及び消費者利益の保護に資することを目的として平成 22 年度に「家庭用品の品質表示に関する調査」（以下「平成 22 年度調査」という。）を実施した。平成 22 年度調査結果によれば、対象商品の変更や表示事項を見直すといった、制度全体の大規模かつ早急な改正は不要と解されるものの、一部商品に関する品質表示については見直しを行なっていく必要があると考えられる。

以上のことから、当該調査結果を踏まえ、消費者及び事業者、学識経験者等からなる検討会を立ち上げ、今後の家庭用品の品質表示に関して、短期的及び中長期的な観点から具体的に検討を行い、見直しに関する一定の方向性を得ることを目的として実施するものである。

2. 事業の概要

平成 22 年度調査において、現行制度に対する評価と要望を把握し、今後の家庭用品に係る表示の適正化及び消費者利益の保護に資することを目的に、主な表示者である製造事業者並びにその関連団体等と表示を見る側である消費者に対してアンケート調査等を実施した。

本年度は、平成 22 年度調査において追加的な調査が必要と認識された事業者団体に属していない製造事業者及び輸入事業者等に対する追加的なヒアリング調査の実施と、昨年度の調査結果及び本年度実施する追加的なヒアリング調査の結果を踏まえた家表法の見直しに係る検討会の大きく2つの事業を実施した。

図 1本年度事業の概要

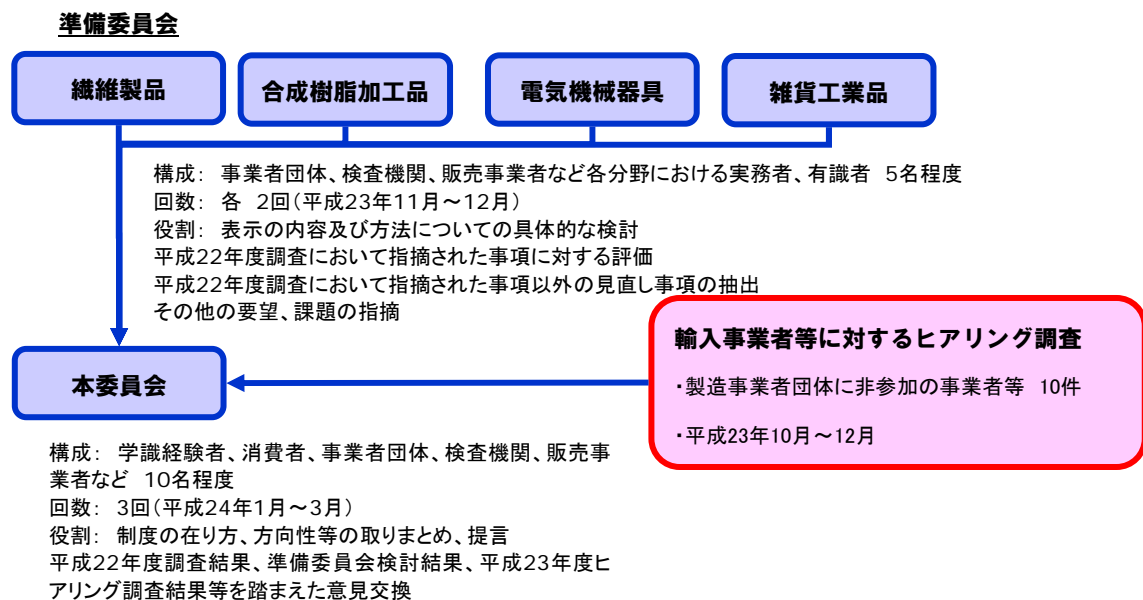
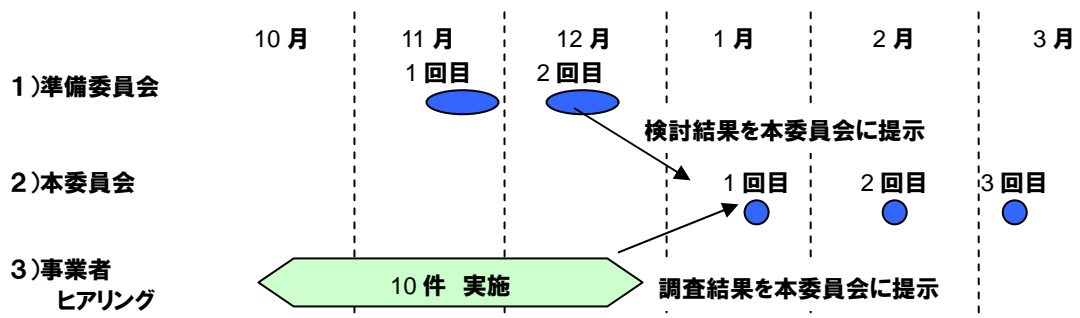



図 2本年度の事業概要とスケジュール

(1)検討会

繊維製品、合成樹脂加工品、電気機械器具及び雑貨工業品といった各商品分野ごとに、短期的な観点から家表法の見直しを検討し、一定の具体的な方向性の取りまとめを行なう準備委員会と、中長期的な観点から家庭用品品質表示制度の在り方や方向性についての検討を行い、意見を集約し、一定の具体的な方向性をまとめる本委員会の 2 段階で実施した。

準備委員会

家表法における各商品分野に対応する4つの準備委員会（繊維製品、合成樹脂加工品、電気機械器具及び雑貨工業品）を設置した。各準備委員会では、2 回にわたって平成 22 年度調査結果を踏まえた意見交換を行い、短期的な観点からの見直しに関する検討結果を取りまとめて本委員会に提示した。

表 1 準備委員会実施概要

開催日時	繊維製品 第 1 回　平成 23 年 11 月 25 日（金）14:00～16:00 第 2 回　平成 23 年 12 月 16 日（金）14:00～16:00 合成樹脂加工品 第 1 回　平成 23 年 11 月 11 日（金）14:00～16:00 第 2 回　平成 23 年 12 月 14 日（水）14:00～16:00 電気機械器具 第 1 回　平成 23 年 11 月 30 日（水）14:00～16:00 第 2 回　平成 23 年 12 月 15 日（火）10:00～12:00 雑貨工業品 第 1 回　平成 23 年 11 月 22 日（火）10:00～12:00 第 2 回　平成 23 年 12 月 12 日（月）14:00～16:00
委員構成	各分野ごとに事業者団体、検査機関、製造事業者及び販売事業者から 5 名程度を選任。
主な内容 （各分野共通）	第 1 回 ・　事業概要説明及び平成 22 年度調査報告 ・　討議（平成 22 年度調査結果を踏まえた見直し事項の検討） 第 2 回 ・　各準備委員会の検討結果の報告 ・　討議（家表法の見直しの方向性、家表法の普及啓発について）

本委員会

消費者団体、事業者団体・事業者や学識経験者等から委員を選出した。本委員会では 3 回にわたって平成 22 年度調査結果、各準備委員会での検討結果及び追加的なヒアリング調査結果を踏まえ、中長期的な観点から家庭用品品質表示制度の在り方や方向性についての検討を行い、意見を集約し、一定の具体的な方向性を取りまとめた。

表 2 本委員会実施概要

開催日時	第 1 回　平成 24 年 1 月 26 日（木）14:00～16:10 第 2 回　平成 24 年 2 月 10 日（金）14:00～16:00 第 3 回　平成 24 年 3 月 2 日（金）14:00～16:00
委員	氏家　昌行　㈱東武百貨店営業政策室品質管理担当マネージャー 河内　憲治　(財)日本文化用品安全試験所　製品性能部次長 北原　一　㈱イトーヨーカ堂QC室衣料・住居担当総括マネジャー 佐野　真理子　主婦連合会事務局長 鷲見　繁樹　(社)繊維評価技術協議会参事 中村　公貴　日本プラスチック日用品工業組合専務理事 久松　富雄　(財)家電製品協会消費者部部長 藤吉　一隆　㈱レナウンアパレル科学研究所代表取締役社長 松尾　隆久　㈱カタログハウス　取締役 ◎松本　恒雄　国立大学法人一橋大学大学院法学研究科　教授 八代　恵美子　㈱光文社　月刊マート編集部 〔敬称略〕◎　委員長
主な内容	第 1 回（概要説明・討議） ・　事業概要説明及び平成 22 年度調査報告 ・　準備委員会検討結果報告 ・　討議（家表法の見直しの方向性） 第 2 回（討議） ・　家表法の必要性について ・　家表法の見直しの方向性について ・　指定品目、表示事項、遵守事項について ・　家表法の普及啓発について 第 3 回（討議） ・　見直し案を踏まえた意見交換

(2)事業者団体に未加盟の事業者等へのヒアリング調査

家表法は、事業者に対して品質表示の義務を課しているところ、事業者団体に属する事業者は、団体内における情報共有等の活動によって品質表示に関する一定の意識・理解があることが見込まれる。一方で、事業者団体に属していない事業者等は、そのような機会に恵まれず、情報に格差が生じ、必ずしも意識・理解が高いとはいえない状況が見受けられる。そこで、これらの事業者等に対してヒアリング調査を行い、家表法に係る品質表示に対する意識や実態を把握し、その調査結果を委員会に提示した。

表 3 ヒアリング調査実施概要

調査実施時期	平成 23 年 10 月 7 日〜12 月 26 日
ヒアリング調査対象及び件数	製造事業者団体等 2 件 輸入事業者・団体 2 件 電気メーカー 1 件 セレクトショップ 1 件 家具製造小売業者 1 件 小売事業者 3 件（総合スーパー、均一ショップ、ホームセンター） 計 10 件
主なヒアリング項目	・ 団体・事業者概要 ・ 品質表示に関わる体制・取組 ・ 事業者団体に加盟していないことのデメリット等 ・ 品質表示に対する意識 ・ 家表法（現行制度）に対する意見・要望

3. 家庭用品品質表示法の運用見直しについて

(1)家庭用品品質表示法をめぐる環境の変化

①家庭用品品質表示法の制定から平成 9 年の運用見直しまでの流れ

家表法は、一般消費者が製品の品質を正しく認識し、その購入に際し不測の損失を被ることのないように、事業者に適正な表示を要請し、一般消費者の保護を図ることを目的に昭和37年に制定されたものである。

家表法制定以前の状況として、表示を行なう事業者の側の問題として、表示に際してのルールが具体化、一般化しておらず、必ずしも適正な品質表示が行なわれていたとは言えない状況があった。また、表示を見る側の消費者の知識も十分とは言えず、不適正な品質表示の製品の横行や、消費者被害の発生可能性が高い状況にあったと言える。

その後、社会環境の変化、製品自体の変化、規制緩和の推進、製造物責任法の施行、消費者の自己責任の前提としての一層の情報提供の要請といった様々な変化を受けて、平成9 年に家表法の抜本的な見直しが行われた。

家表法の運用の考え方も家表法施行時の適正表示の積極的普及及びそのための必要な事項の一律記載に重点をおいた運用から事業者の自主性を発揮させることによる表示の充実及びその中で消費者に不利益を与える不適切な表示の適宜適切な排除に重点をおいた運用へと転換した。

■家表法施行時から平成 9 年の見直し時にかけての家表法をめぐる変化

〇社会環境の変化
- 本法施行の効果による事業者の適正な品質表示への意識向上
- 消費者の製品に対する知識の向上

〇製品自体の変化
- 技術革新や生活スタイルの変化等による製品の消長、高度化・複雑化

〇規制緩和の推進
- 消費者保護のために行なわれるような社会的規制についても本来の政策目的に沿った必要最小限の範囲、内容へ

〇製造物責任法の施行
- 平成７年７月の製造物責任法施行による事業者自らの使用方法等の表示の充実を図る動きの強まり

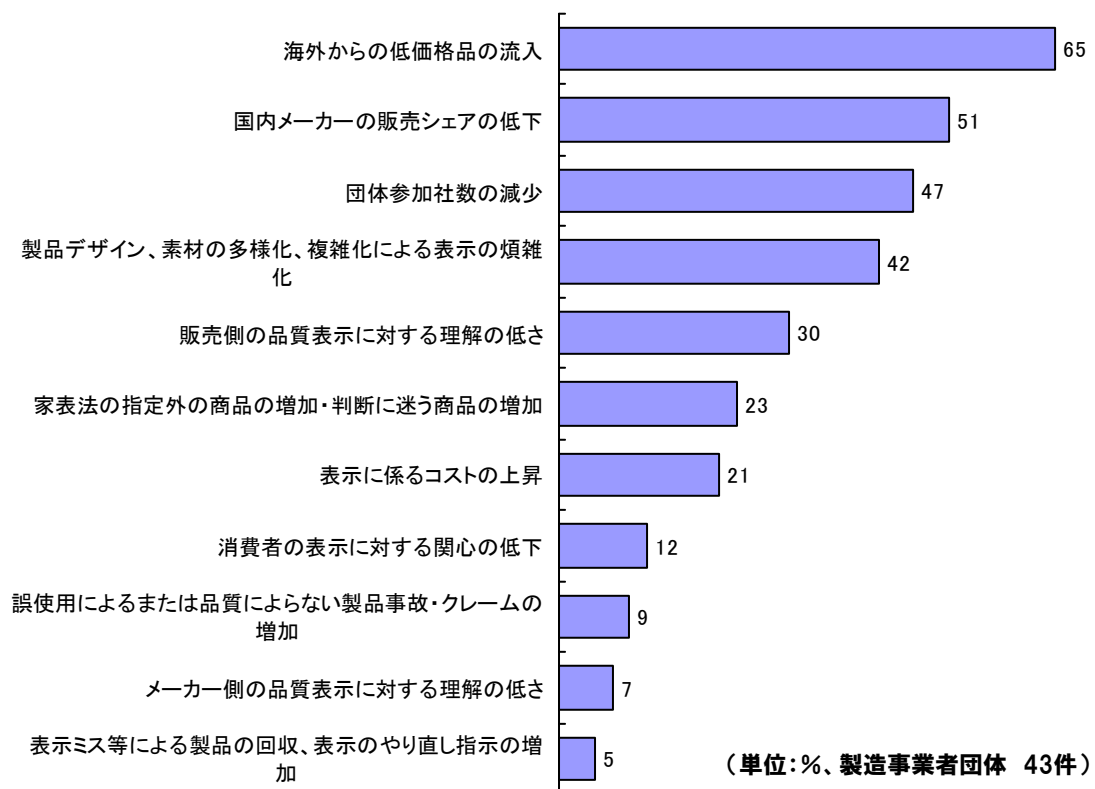
〇消費者の自己責任の前提としての一層の情報提供の要請

（出典:『家庭用品品質表示実務提要』消費者庁表示対策課編集　ぎょうせい刊）

②平成 9 年の運用見直し以降の変化

平成 9 年の見直しから既に 15 年が経過し、家表法の所管も経済産業省から消費者庁に移管されるなど、その後も家表法をめぐるいくつかの変化が見られる。

平成 22 年度調査において実施した事業者団体向けのアンケート調査の結果を見ると「海外からの低価格品の流入」(65%)、「国内メーカーの販売シェアの低下」(51%)、「団体参加者数の減少」(47%)、「製品デザイン、素材の多様化、複雑化による表示の煩雑化」(42%)といった事業者をめぐる環境の変化、製品そのものの変化などの指摘が目立った。

図 3 家庭用品における市場及び環境の変化、問題(複数回答可、平成 22 年度調査)

上記に加え、ヒアリング調査及び本年度の検討会での指摘を総合すると、家表法をめぐる変化として以下の指摘がなされた。

家表法をめぐる環境の変化として、平成 9 年時点のものと大きく変わった点として、異業種からの参入を含め、事業者団体に属していない事業者の参入が目立つことがある。さらに、そうした事業者の中に家表法に対する知識や理解が不足しているケースが少なくないことが挙げられる。事業者団体に参加していないことで、家表法に関する情報が適切に幅広く事業者に届きにくくなっている状況が生じている。

平成９年以降の変化

〇社会環境の変化
- 製造物責任法の施行や消費者の安全・安心に対する意識の高まりに応じた企業からの情報提供の実施、表示内容の充実
- 消費者の安全・安心に対する意識、関心の高まり

〇製品自体の変化
- 技術革新や生活スタイルの変化等により、製品の多様化や高度化・複雑化が一層進展し、従来の家表法の品目の定義に当てはまらない製品が出現
（LED 蛍光灯、携帯用マグボトルなど）
- インターネット及び均一ショップの普及などにより、海外からの製品の流入が一層進展
- 環境意識の高まりによるパッケージの小型化／デザイン・加工技術の進展
（表示スペースの減少・素材の組合せの多様化など）

〇行政の変化
- 消費者行政推進基本計画に基づく消費者庁の発足と、それに伴う消費者行政の一元化の推進
- 家表法の消費者庁への移管

〇表示に関わる事業者の変化
- インターネット販売など新しい販売手法の進展
（個人レベルでも輸入販売が可能／ホームページなどから企業規模・所在を判断することが困難）
- クロスマーケティング／生産委託等の進展により既存のメーカー以外が製品を提供するケースの増加
- 一部に事業者団体の組織率が低下し、情報が適切に幅広い事業者に届きにくい状況が見られる
- インターネットの普及等による情報発信方法の多様化、情報発信量の増加

〇消費者
- インターネットの普及による情報の入手しやすさの向上／購入方法の多様化の進展
- 少子高齢化の進展

これらの変化を踏まえ家表法をどのように見直すべきか、短期的、中長期的な観点からそれぞれ具体的に検討を行なった。

(2)家庭用品品質表示法の必要性について

①家庭用品品質表示法の趣旨と必要性

家表法の趣旨は、「家庭用品の品質に関するありのままの情報を消費者に提供することを製造業者、販売業者等に要請することにより、消費者にその商品選択のよりどころを与え、かつその品質に即した合理的な使用を可能とすることにより、消費者の利益を保護しようとするものである。

これは、事業者がセールスプロモーションの見地から自主的に行なう表示には、

① 事業者にとって有利な事項について表示される傾向があり、されにこれが誇大になる場合がある、
② 事業者の品質の表示の仕方（表示内容、表示形態）が不統一であると、それを利用する消費者の側でその読解及び判断に混乱を起こすおそれがある

等の問題があり、これらに鑑みると、品質の表示については、法によって表示の仕方についてのガイドラインを示した上で、事業者に対し適正な表示を要請することが適当と考えられるためである。」（消費経済審議会品質表示部会報告書（平成９年５月））

上記に示すように、法律で品質表示に対する具体的なルールを定めることについて、家表法制定時および平成 9 年の家表法の運用見直しの時点においても、その必要性が確認されている。

②家庭用品品質表示法の現状について

前述のように家表法をめぐる環境の変化を指摘したが、そうした変化を受けてなお家表法が必要かどうかを確認する。

まず、実態として品質表示が販売の時点でどのように活用されているか、消費者、事業者の意識がどのようになっているかを見ることとする。

まず、販売時点における品質表示の実態について見てみる。

販売時点における品質表示の実態

- 表示者名、連絡先のない商品／外国語の表示、取扱説明書のままで販売している例も見られる
- 小売事業者が消費者に商品説明を行なうに当たって、表示は重要な情報源となっている
- 小売事業者が商品や取引先を選定するときには、適正な表示を行なっているかどうかが取引を選定する基準になる

上記のように、一部に不適切な表示の製品が市場に出回っている状況はあるものの、品質表示が小売事業者が消費者に商品説明を行なう際の重要な情報源となっていることに加え、意識の高い小売事業者においては適正な表示をしている事業者かどうかが取引先を選定するに当たっての一つの目安になっている実態がある。小売事業者において適正な表示かどうかが精査されていることによって、間接的に消費者の利益が守られているという実状にある。仮に法による表示の義務化がなくなった場合、いかに意識の高い小売事業者といえども事業者に表示を強制することは難しく、現状において機能している間接的な消費者保護が消失してしまう懸念がある。

次に消費者の品質表示に関する実態と意識について見てみる。

消費者の品質表示に関する実態と意識

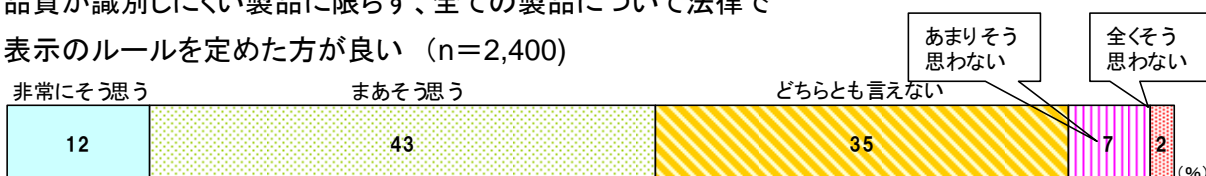
- 消費者の商品選択の中で品質表示の有無が選好に寄与していないケースがある
- 消費者調査の結果では、家表法（法律で表示を義務付けること）に対する支持は高く、全ての製品に表示のルールを定めた方が良いという意見が半数以上に達している
- 購入のときに表示の有無では決めないが、いざ何かあったときに表示が重要

消費者が製品を購入する際に、品質表示の有無が製品の購入を左右するような状態となっていないという指摘が準備委員会等でなされている。

その一方で、平成 22 年度の消費者調査によると全体の約 8 割が法律で表示する製品や

内容を法律で定めるていることを支持（「非常に必要」と「まあ必要」）しており、また、半数以上が「品質が識別しにくい製品に限らず、全ての製品について法律で表示のルールを定めた方が良い」と考えているように、消費者の家表法に対する支持は高い。

また、購入時点では製品の選好に寄与していないという指摘はある一方で、いざ購入製品にトラブルがあったときに表示が重要となってくるという指摘が見られた。十分に表示が活用されいているとは言い切れない状況にあるものの、状況や内容によっては活用されるケースも多く、必要との認識は強い。

図 4 消費者の家表法に対する意識（平成 22 年度調査）

平成 22 年度調査によると、家表法については、製造事業者及び事業者団体から概ね現行制度で問題がないとの指摘があり、かつ、消費者からも法律で品質表示を定めていることに対する支持は高く見られた

家表法の活用状況や関係者の意識を見ると、直接的及び間接的に消費者の利益を保護するという機能を果たしており、また、消費者にとって必要であり、事業者等からも現行制度に対する支持が得られていることを考慮すると、家表法は依然として必要であるといえる。

ただし、品質表示が表示をする側並びに見る側にとってより意味のあるものとして活かされるためには、

- 消費者が「適正な表示を行なっている製品を選んで購入」し、適正な表示が事業者の競争力につながるような環境の整備が必要であり、
- そのための事業者への普及啓発や意識の変革、消費者に対する普及啓発の取組がより重要となる。

(3)家庭用品品質表示法の現状における課題

①事業者をめぐる課題

前項の家表法をめぐる環境において指摘されたように“取扱製品の拡大や異業種参入の進展”及び“インターネットの普及”等により、従来の事業者団体に参加していない事業者、個人に近い事業者が家表法指定品目を提供するケースが目立っている。こうした事業者の中には、家表法に対する知識や理解が不十分な事業者も少なくない。

こうした事業者の中には、家表法の対象品目を含め、海外の言語の表示・取扱説明書のままの製品を輸入、販売したり、表示のために必要な検査をしないまま他者の表示内容を参考に表示を作って貼付したり、表示そのものを行なわないまま製品を販売している事例も見られる。

家表法で求めらる表示を行なうに当たっては、タグの印刷や刻印のための金型の作成等表示を行なうための費用やJISなどに準拠した試験を実施して組成や耐熱温度を測定するなど相応の費用が発生している。当然、こうした費用を負担しなければ、価格競争上優位に立てることから、現実問題として適正な表示を行なっている事業者とそうでない事業者の間に不公平感が生じている。

これは意図的に適正な表示を行なっていない事業者がいる一方で、前述のように新規に製品を取り扱うようになり、家表法等の表示に関わる知識や理解が不十分なために適正な表示を行えない事業者も存在する。

これは、事業者団体の組織率の低下等によって、従来事業者団体が担ってきた製品供給者に情報を周知徹底する機能、情報発信力が低下していることも一因となっている。事業者団体を通じた情報発信(受信)に変わる情報伝達経路、方法を確立することが求められる。

事業者に関わる課題として、家表法に対する事業者の知識・理解をいかに高めるか、そして従来の枠組みの中にない事業者に対してどのように情報を周知徹底するか、といったことが挙げられる。

②消費者をめぐる課題

一方で、小売事業者及び製造事業者から消費者の商品選定において、家表法の表示事項が参考とされていないのではないかとの指摘が見られる。実際に、一部に表示が付いていない商品であっても、デザインや価格を優先し購入してしまう消費者が見られる。適正な表示を行なうための費用負担をしていない事業者の製品の方が、価格が安いため販売量が多いという事態も見られ、適正な表示が行われているということが企業の競争力の向上につながっていない。

適正な表示のある製品が消費者に選ばれ、競争力を持つ状態になれば、自然と事業者の側も適正な表示を行なうようになり、事業者が適正な表示を行なうことへのインセンティブとなる。繊維製品の組成表示、取扱い絵表示など一部の項目を除き、家表法の表示事項に対する関心、活用は必ずしも高いとはいえない現状を、いかにして消費者が「適正な表示のある製品を選んで購入する」状態に近づけるか、そのための消費者に対する普及啓発が課題としてあげられる。

③家庭用品品質表示法の内容に関する課題

家表法そのものに関する問題点として準備委員会及び本委員会を通じて以下のような指摘があった。

- 製造事業者や輸入事業者だけでなく、小売事業者などが表示者になれるという柔軟性はあるが、表示内容に対する責任が明確になっていない一面がある
- 特例や製品の定義などが複雑であったり、判断に迷う事項があるなど、家表法が複雑かつ分かりにくいものとなっている（懸念がある）
- 指定品目が製品開発のスピード、製品の流行に追いついていないケースが見られる
- 平仄の観点からみた場合に指定品目の在り方で疑問に感じられるものが見られる
- （家表法で参照している）JIS など、一部に時流に合っていない規格が見られる

指定品目制の問題点や表示者が製品に適正な表示をすることだけでなく、品質に対しても責任を持つべきといった家表法の根本に関わる問題の指摘もあり、将来的な家表法の在り方を検討する契機となった。

また、特例表示や製品の定義など家表法そのものにも複雑さや判断に迷う要素が含まれているとの指摘が見られた。表示を行なう事業者にとって、また表示を見る消費者にとっても分かりやすい表示というのは必要不可欠であり、前述のように、新たに製品の取り扱いを始めた事業者など、家表法に対する知識や理解が不十分な事業者が見られることを考慮するとその必要性はより高まっているものと思われる。

現行制度の問題点として、指定品目や表示事項や遵守事項（またその裏付けとなる規格等）の一部に時流に合わない部分があり見直しが必要という意見があることから、この点について具体的に見直しの方向性を検討していく。

(4)家庭用品品質表示法の運用見直しの方向性について

①家庭用品品質表示法の運用の方向性の変遷

家表法の法体系は、まず表示の適正化の目安として「表示すべき事項及び遵守すべき事項」＝「表示の標準」を示し、その上で適正な表示を行なっていない事業者に対する指示等（第 4 条に基づく）、「表示の適正化を図るために遵守すべき命令」＝「適正表示命令」（第五条）によって表示の適正化の実効性を確保するといったものになっている。

また、家表法の運用については、家表法制定当初は「適正な表示を積極的に普及させることを目的として、必要最小限の内容を一律に記載することに重点を置いた運用」（消費経済審議会品質表示部会報告書（平成 9 年 5 月））に軸足を置いたものが、平成 9 年の運用見直しの際には「表示の骨格としての表示の標準を維持した上で、事業者の自主性を発揮させることにより表示の充実を図り、一般消費者にとってより見やすく分かりやすい表示が行なわれるようなものとし、表示者を混乱させ、不利益を与えるような不適切な表示を適宜適切に排除することに重点を置いた運用」（消費経済審議会品質表示部会報告書（平成 9 年 5 月））へと転換された。

これは、家表法制定当時において（消費者、事業者双方の）適正な品質表示を行なうための社会的な環境が十分に整っていなかった状況から、適正な表示を行なうための事業者の意識や消費者の商品知識が向上といった社会的環境の変化を受けてのものである。

②家表法をめぐる環境の変化と今後の運用見直しの方向性

ひるがえって現在の家表法をめぐる環境を見ると

- 製造物責任法や消費者の安全･安心に対する意識の高まりを受け、事業者による自主表示は家表法で定める標準の枠を越えて拡大している
- 製品が多様化、複雑化する中で、表示の標準をそれにあわせて拡大していくことは不可能であること
- 家表法に対する知識･理解が十分でない事業者が見られる
- 家表法に対する消費者の認知･関心が十分に高いとは言えず表示が競争力に繋がっていない

といった状況が挙げられる。

家表法をめぐる環境の変化の項において触れたように、インターネットの普及や取扱製品の拡大や異業種参入／生産委託等の進展により既存のメーカー以外の事業者が製品を提供するケースが目立つ一方で、消費者の表示に対する関心は十分に高いとは言えず、適正な表示のある製品を選んで購入する（＝適正な表示が競争力に繋がる）環境が整っていない現状がある。

また、一方で前項において家表法の内容に関する課題において指摘したように「家表法の一部に分かりにくさや複雑さがある」ことに加え「家表法に対する知識や理解が不十分な事業者が見られる」。

さらに、家表法に対する事業者の意識として「家表法には罰則がなく、安全に関する取組などに比べ優先順位が低い」という状況がある。

これらの状況と家表法の法体系を考慮すると、平成９年の見直し時に運用の方向性として示された「不適切な表示を適宜適切に“排除”する」といった運用を継続することが、適正な品質表示を行なう社会環境の整備に十分に寄与するとは言えない。

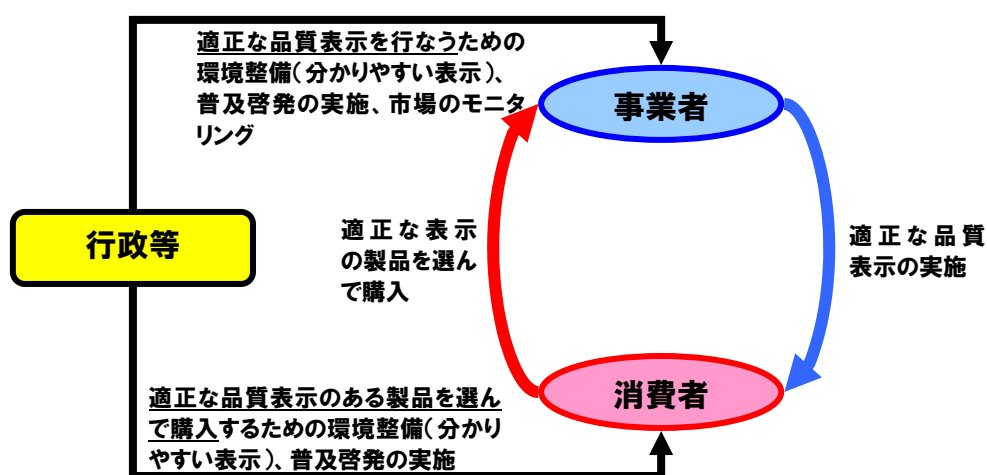
不適切な表示を排除するよりもむしろ、家表法に対する知識･情報が不十分な事業者に対する普及啓発等を通じて、「適正な表示を行なうよう」に促す一方で、消費者が「適正な表示の製品を選んで購入すること」を促すような普及啓発を行ない、適正な表示が競争力に繋がる社会の実現に向けた取組、運用を行なうことがより求められる。

今後の家表法の運用の方向性について整理すると

- 表示の骨格としての表示の標準を維持した上で、
- 事業者の自主性を発揮させることにより表示の充実を図り
- 事業者にとって分かりやすく、かつ一般消費者にとって見やすく分かりやすい表示が行なわれるようにし、
- 事業者及び消費者に対する普及啓発を通じて適正な表示が競争力につながる社会の実

現に向けて取り組む

といった運用を指向すべきであるということになる。

図 5 適正な表示が競争力に繋がる社会

(5)家庭用品品質表示法の見直しに係る基本的な考え方

①家庭用品品質表示法の見直しに係るステークホルダーの意識

平成 22 年度調査において実施した事業者及び事業者団体に対するアンケート調査の結果を見ると、現行制度に対して「大きな問題がない」との認識は何れも 9 割を超え、大幅な見直しではなく、現行制度を基本に指定品目や表示事項、遵守事項について時流に合わない点を見直すといった意見が過半を占めた。

図 6 現行の家表法に対する事業者・事業者団体の評価(全般)について(平成 22 年度調査)

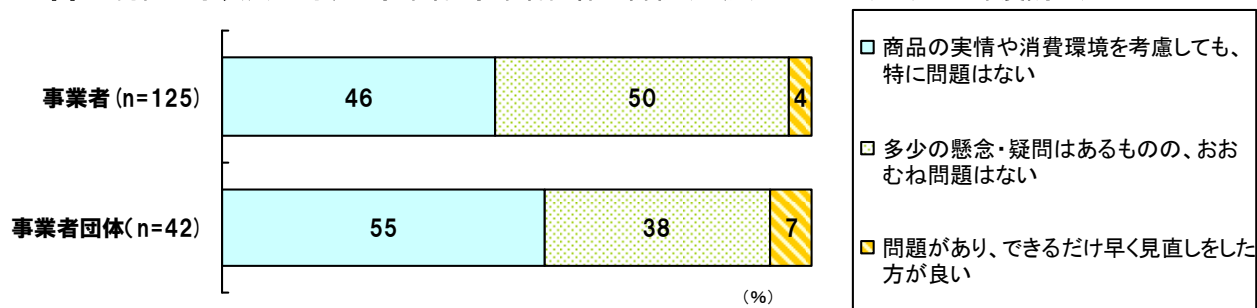
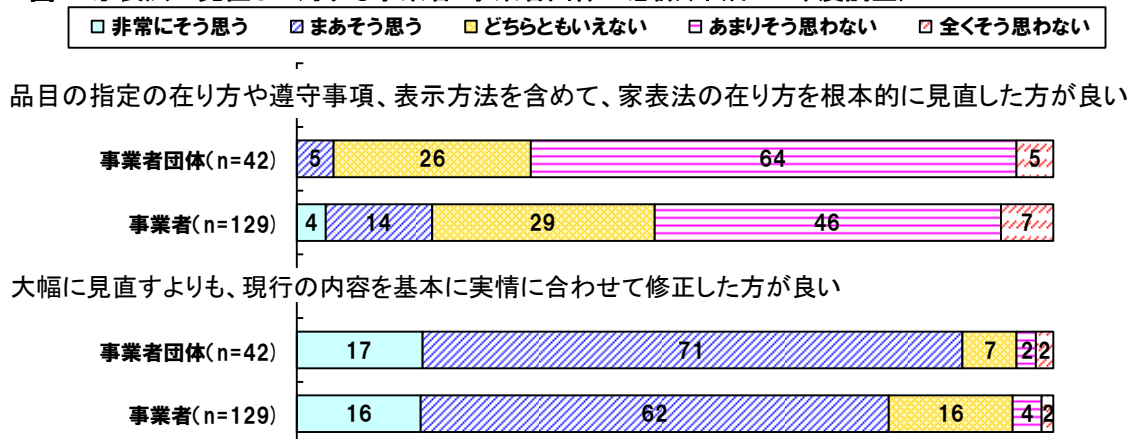



図 7 家表法の見直しに対する事業者・事業者団体の意識(平成 22 年度調査)

品目の指定の在り方や遵守事項、表示方法を含めて、家表法の在り方を根本的に見直した方が良い

大幅に見直すよりも、現行の内容を基本に実情に合わせて修正した方が良い

短期的な観点から家表法の在り方を検討した準備委員会では、現行制度に対する評価として大きな問題はないといった点や時流に合わない事項の見直しといった点で平成 22 年度調査の結果と一致している。準備委員会において特筆すべき指摘事項としては事業者及び消費者に対する普及啓発の必要性が挙げられる。

家表法の時流に合っていない点としては、「家庭用品品質表示法の現状における課題」で指摘されたとおりである。

一方で、本委員会において中長期的な観点を含め家表法の在り方について議論したところ

・「表示は品質の一部であり、家庭用品の品質表示については我々が全て責任を負うということを事業者が一般の消費者に宣言すること」

といった意見に代表されるような表示者の責任の明確化に加え、

・「苦情や事故が起きてから後追いで指定するのではなく、一般の消費者が使用する家庭用品については最低限、表示者名の表示を義務付けるなど指定品目制を見直し、網羅的に対象とすることが求められる」

といった指定品目制の見直しなどの家表法の抜本的な見直しの必要性が指摘された。

②家庭用品品質表示法の見直しに係る基本的な考え方

上記の指摘を踏まえ、今後の家表法のあるべき方向性（基本的な考え方）として短期的な観点及び中長期的な観点の 2 点から整理すると以下のとおりになる。

短期的には

- 現行制度の「時流に合っていない事項」について、運用見直しで指摘した「事業者の自主性の発揮」、「事業者及び消費者の双方にとって分かりやすく」といった観点から見直しを行くことが求められる。
- なお、雑貨工業品等の使用上／取扱上の注意の中に見られる「安全」に関する要素については、他法との関係や製品の特性等を勘案し、製品分野又は製品ごとに個別に盛り込む必要の有無を検討していくのが適切であると考えられる。

一方で、中長期的には、

- 指定品目制の廃止や
- 表示者の範囲及び責任の在り方など

家表法の法体系の見直しを視野に

- 「事業者の自主性の発揮」、「事業者及び消費者の双方にとって分かりやすく」といった観点から見直していくことが求められる。

なお、指定品目制を見直し、網羅的に家表法の表示対象とするに当たっては、

- 全製品共通で表示すべき事項及び製品分野、製品固有の表示事項・遵守事項についてどのように定めていくか
- 網羅的に対象にするといった場合の製品の定義についてどのように考えるべきか

さらには、表示者の責任について

- 「表示者が品質の責任までを負うことを前提に一義的に表示者を製造事業者又は輸入事業者に限定するか」、それとも「現行制度のように製造事業者、輸入事業者に限らず小売事業者などを含め誰もが表示者となれる状況を維持し、表示者は適正な表示を行なうことに対してのみ責任を負う」といった点については

本委員会の中でも意見が分かれるところであり、引き続き検討していく必要があるものと思われる。

③家庭用品品質表示法見直しの枠組みについて

家表法はこれまで既存の事業者団体等を中心に内容の見直しを行なう一方で、見直した情報の周知徹底といった点について事業者団体等が中心的な役割を担ってきた。しかしながら、前述のように事業者団体等からは家表法をめぐる環境の変化の一つとして、参加企業の減少といった指摘が多く見られ、同時に異業種参入等の進展により従来の事業者団体に参加していない事業者の参入が増えている。

そこで家表法の見直しにあたり、その枠組みについて、本委員会並びに準備委員会等の指摘を踏まえ

- 繊維製品、合成樹脂加工品、電気機械器具、雑貨工業品といった分野ごとに事情が異なることから、少なくとも4分野個別に見直しを行なうこと
- また、雑貨工業品の一部にアパレルメーカーが相当量取扱いを行なっている製品があり、見直しに当たってはアパレル業界や小売事業者など、一定程度の取扱がある業界等の意見が反映されること

を考慮する必要がある。

また、制度見直しに当たっての検討の枠組みと併せて、見直した内容を適切に事業者に伝達するには、品目によっては事業者団体の組織率も低いことから、事業者団体以外の経路での情報提供について検討する必要がある。

具体的には

- 家表法のホームページの改善
  （家表法に限らず、表示に関する法律や任意表示の制度などを一元的に集めたものが望まれている）
- 家表法を見直した内容についてメールマガジン等で登録者に配信すること
- 分かりやすいリーフレット（紙媒体）などの制作

といったことなどが要望として挙がっている。事業者団体を通じた発信以外となると、行政の関与がより求められることとなる。事業者及び消費者への普及啓発と併せて戦略的な広報、周知活動の計画、実行が欠かせないと考えられる。

④規制対象品目に対する考え方について

家表法の趣旨を踏まえると、指定品目については、原則として「品質に関し、一定の必要事項の表示がなければ、一般消費者が適切な商品選択を行なうことができず、一般消費者の利益が著しく害されると認められるものを規制対象品目とする」（消費経済審議会品質表示部会報告書（平成９年５月））べきといえる。

したがって、品目の見直しに際しては、必要に応じ、流通実態や消費者からのクレーム、生産・販売等の現場での混乱の有無などの実態を反映した品目の追加や現行の品目区分、名称の見直しも行なう必要がある。

なお、現行の規制対象品目の除外に当たっては

① 製品の流通実態がないもの、一般消費者の購入実態がないと考えられるものについては対象外とする
② 一般消費者にとって、購入に際し、もはや品質を識別するために、表示事項を示す意義がなくなっているものは対象外とする

という考えに基づいて検討を進める必要がある。

一方、中長期的な観点で見直すに当たっては、「指定品目制ではなく、網羅的に家表法の表示対象とするべき」という指摘を踏まえ、この場合にどこまでの製品を対象とするのかなど、今後より具体的な検討を進める必要がある。

また、電気機械器具については、前回の見直し時点での指摘及び準備委員会等での電気用品安全法（以下「電安法」という。）への一元化といった指摘もあることから、電気機械器具の表示については引き続き家表法の枠内に留まり現状に合わせて見直していくのが適切か、それとも他法に一元化していくのが適切かという観点で検討を進めていくことが必要である。

⑤表示事項に対する考え方について

製品の多様化・複雑化の一層の進展や事業者の「自主性の発揮を通じて表示の充実」を図るといった家表法の見直しの方向性を踏まえると、法律で定める表示事項については、「一般消費者が購入に際し、適切な商品選択を行なうため「真」に必要としている事項」に絞ることが適当である。

その上で、具体的に表示事項を見直すに当たっては「製品の変化（高度化、複雑化等）」、「一般消費者の知識の向上」、「国際的な表示制度との整合性への配慮」といった観点から表示事項の精査を行なう必要がある。

さらに、網羅的に家表法の対象にすべきという指摘を踏まえ、中長期的な課題として

- 共通で表示すべき事項（表示者名および連絡先など）としてどのうようなことを定めるか、
- 製品分野及び個別の製品において必要とすべき事項についてどのように定めるか、
- 個別の表示事項について内容を定めない場合、表示見本の提示など表示の仕方に関して表示者が混乱が生じないようにする仕組みなど

について検討する必要がある。

⑥遵守事項に対する考え方について

消費者及び事業者にとって見やすく分かりやすい表示とする観点から、事業者の自主性を発揮した、合理的な表示を行なうことを可能とすることにより、表示内容の充実を図るため、表示方法の弾力化等遵守事項を見直す必要がある。

また、表示事項と同様、製品の変化（高度化、複雑化等）によって、追加又は削除すべき遵守事項はないかについても見直しを行なう必要がある。

なお、繊維製品では、素材である糸そのものが政令で指定品目となっていることから、指定用語を柔軟に見直すことができないとの指摘がある。植物系繊維など繊維素材の技術開発も進んでいることから、時流に合った見直しができるよう、配慮が必要と思われる。

また、特例表示など家表法を複雑にしているものについて、「分かりやすい表示」の観点からも廃止を含めた検討を進める必要がある。

一方で、品質表示をする上で検査方法等の裏付けとなっている JIS の中には、長らく見直しがされず時流に合っていないものも見られるといった指摘がされている。JIS の見直しを働きかけるなど陳腐化を防ぐための取組も求められる。

4. 指定品目及び表示事項及び遵守事項等の見直し

平成 22 年度調査及び本年度実施のヒアリング調査の結果を踏まえ、準備委員会等において指定品目、表示事項及び遵守事項を中心に短期的な家表法の見直しの在り方について検討を行なった。

(1)繊維製品における見直し

①平成 22 年度調査における指摘事項について

平成 22 年度調査において指摘された事項を準備委員会において検討したところ、以下のとおり概ね同意見であった。

②指定品目、表示事項、遵守事項の見直しについて

- 平仄を揃える観点から類似する製品については指定品目に含める。
  - 「ファッションなので指定品目にないもの（例：スヌードなど）が次々と出てきて判断に迷うことがある。」といった意見に見られるように、消費者庁や業界団体、検査機関等に事業者から寄せられる問い合わせの中で、「取扱製品が指定品目に該当するかどうか」というものが多いことからもいえるように、指定品目かどうか事業者でも判断に迷うケースが少なくない。
  - かばんとハンドバッグのように似た製品でも（事業者の判断によって）表示があったり、無かったりするために、小売事業者の店頭において消費者から問い合わせを受けるケースが見られる。
  - ハンドバッグの場合は家表法の指定品目外であるために、小売事業者の側から品質表示を強制することは難しい。
  - ただし、現状で問題が起きていない品目を対象に加えるに当たっては、追加のための根拠が必要。
- 特例表示によって家表法を複雑化している。特例表示をなくし事業者にとって分かりやすい表示に見直す。
  - 毛布の毛羽部分の表示、省略など繊維製品に関しては特例表示が多く、表示に対する理解の乏しい事業者から検査機関等に対し問い合わせが多く寄せられる。（＝事業者にとって分かり難い）
  - 特例表示の多くは省略に関するものであり、記載内容が増えるという影響はあるものの、特例を廃止しても消費者に不利益になる可能性は考え難い。

- 表示方法など製品特性を考慮し、事業者の自主性に任せた表示を可能とする。
  - 皮製の手袋の表示方法についてラベルの縫い付けが適切とあるが、使用の際に邪魔になるなど製品特性を考慮した場合、消費者にとって不都合なケースも見られる。表示方法については事業者の自主性にある程度任せても良いのではないか。
  - 100%表記の許容範囲について厳しくするという方向になっているが、（検査の）技術的な限界もある。その点への配慮が必要ではないか。
- 革製品における合成皮革と人工皮革の区分が分かり難い。
- 繊維製品の場合、素材である糸が指定品目として政令に定められているために、素材名に係る指定用語を時流に合わせて見直しにくい。

③現行制度の見直しに当たって

- 家表法の原点に立ち返って、分かりやすい表示を検討すべき。
  - 「作る側/表示する側の自由度を高める」、「消費者に誤解を与えない」、「表示をした方が安全性を高める」など３～４の観点から見直してはどうか。
- クロスマーチャンダイジングの進展によりアパレルメーカーが手袋や革製品等を相当量扱うようになってきている。家表法の見直しに当たっては、相当量の製品を取り扱っている業界・事業者に意見照会をして欲しい。
- 海外制度との整合性をとる必要がある。
- 表示を守るための仕組み・環境づくりの必要性を検討すべき。
  - 過去においては、店頭検査に向けて家表法をしっかりと守ろうという動機付けになっていた。
  - 新規参入者に対する家表法の啓発の実施
  - 品質表示の資格化など
- 家政学部の学生でも家表法を知らない。次世代に対する家表法の教育の実施（学生、生徒・児童）が必要。
- 表示事項に安全性に関わる要素を盛り込むことについては、製造物責任法（以下「PL法」という。）や消費生活用製品安全法（以下「消安法」という。）があり、家表法と絡めるよりは分離した方が良い。

表 4 繊維製品に関連して平成 22 年度調査において指摘された見直し事項

＜指定品目＞		
品目	理由	
追加すべき品目		
帽子	東京都条例では表示が義務付けられているので家表法でも同じように定めた方が良い。	
削除すべき品目		
祭りや土産品で販売される半天や法被など民芸品	遊びや非日常的な要素が強く、家庭用品とは言えない。	
＜表示事項＞		
品目	表示事項	内容
追加すべき表示事項		
全製品共通	原産国表示	・ 日本製品の世界的評価が高く、原産国表示（日本産）をすることが国内生産の拡大につながる。 ・ 指定用語が英語で良いとなった場合、海外製品といった誤解を与えかねない。そういったことを避ける意味でも必要。（衣料品）
繊維製品	原産国表示	・ 日本製品の世界的評価が高く、原産国表示（日本産）をすることが国内生産の拡大につながる。
削除しても良いと思われる表示事項		
コート	はっ水性の表示	・ 機能性表示が多く付いている繊維製品において、はっ水性のみを法定表示とする合理的な理由がない。また、はっ水性表示品の品質は安定しており、表示義務を課す必要はなくなったと思われる。 ・ はっ水性を含め、機能性については景品表示法で規制できると思われる。 ・ もし、廃止できないのであれば、コートだけでなく衣料品の全てに適用するように適用範囲を拡げる。
＜遵守事項＞		
品目	遵守事項	課題・問題
繊維製品全般	指定用語、組成表示	・ 商標名を任意表示する場合の真偽の確認が分析では行えない。表示された繊維素材（商標の素材）が表示されている混率で使用されているかを分析で確認できないこと。
	指定用語	・ 環境ブームなどもあり植物系繊維が多く製品化されている。繊維製品の定義において糸が細かく規定されすぎており、新素材分類に対応できない。規程を見直し、時宜にあった対応ができるようにする。 ・ 指定用語となっていない「カシミア」／「モヘア」の誤用が多い。消費者に違和感がないにも関わらず不適正表示となる。 ・ 指定用語「麻」については「亜麻」及び苧麻」に限定されているが、それらと消費性能的に問題のない「大麻」や「黄麻」が含まれず、消費者にとってもかえって表示が多く存在することが混乱を招く元となる。
	組成表示（刺繍糸、パッチワークの表示、レーヨン＋リヨセル混紡製品）	・ 刺繍糸は、同じ組成繊維でも上糸、下糸及び混率の表示が必要になっており非常に複雑。 ・ 表示の際は、色で分けたり形状や太さで分けたりと、表現が複雑になり表示の量が増えかえって分かりづらくなっている。 ・ 複数の異素材の組み合わせは表示に限界があり全体混表示でも分離表示でも不可能な場合が多々ある。 ・ 検査機関でも分析できないところが多い。

	組成表示（裏地）	・　コート及びスカートのみ裏地の表示が必要である。
	組成表示（肌側の繊維名）	・　現在は表生地以外に生地を使用している場合、表生地を表示することになっているが、下着などは肌に触れる部分を主に表示すべき。
	組成表示（スリット糸）	・　スリット糸、金属糸、金属繊維の定義が明確でない。 ・　表示が複雑化し、分かりにくくなる。
	組成表示（列記表示）	・　列記表示について混用率省略の規定にも関わらず混用率の多いもの順と規定しているために混用率試験が必要となり負担が大きい。
		・　多種繊維混紡品で表示方法に困窮するケースが時々あるが、「5%以上」あるいは「4 種類以上」の制限によって本特例を適用できない場合がある。また、これらの制限が消費者保護につながっているとは考え難い。
	組成表示（混用率）	・　装飾等のデザインが複雑化することに伴い表示のための負担が大きい。
		・　100%表示に関し、毛で-3%、フェザーで-3%が許容範囲となっている。製造工程上混入してしまうケースが見られる。
	その他（定義）	・　ふとんやジャンバーなどに使用されるわたの規定がない。
靴下・装飾下着	靴下口ゴムの周囲に巻き付けた糸及びインナーなどに使用されているゴムテープの表示	・　消費者が繊維製品を購入する際には、製品の身生地（本体）の組成表示が商品購入の判断になる大きな要素と思われ、ゴム糸の組成表示を表示の対象範囲から除外しても消費者の利益が大きく損なわれることはないと考えられる。
	その他（定義）	・　ストッキングなどの細かい規定がない。下着の範囲が分からない。（レッグウォーマーやはらまき、ルームシューズなど・・・）
毛布	特例による毛羽部分のみの組成表示	・　消費者に毛羽を構成している繊維だけで製品が作られているように誤認を与える。
上掛け	その他（定義）	・　ガーゼ生地など、生地を 6 重織にした上掛けは、ふとん、上掛け、毛布の分類に入らない。
皮又は合成皮革を製品の全部又は一部に使用して製造した上衣、ズボン、スカート、ドレス、コート及びプルオーバー、カーディガンその他のセーター／同手袋	その他（定義）	・　合成皮革と人工皮革の判定に困難なものが多い。

(2)合成樹脂加工品における見直し

①平成 22 年度調査における指摘事項について

平成 22 年度調査において指摘された事項を準備委員会において検討したところ、以下のとおり概ね同意見であった。

②指定品目、表示事項、遵守事項の見直しについて

- 収納用品、ステンレス製水筒で二重構造のもの、保冷専用のものなど表示がないことに違和感を覚えるものが見られる。ある程度流通量のある製品、既存の対象製品と類似した製品については、表示の対象とすべき。
- 消費者の要望、時流に合った表示事項に見直すことは重要である。ただし、食洗機可の表示など裏付けとなる規格がないもの、添加剤のようにどこまでの内容を盛り込むのが適当か判断がつきにくいものなどがあり、一様に表示を求めていくことは困難な状況にある。
- 表示事項が増える傾向にあり、表示が見えないとのクレームにつながっている。文字だけでなくシンボルマークによる表示について検討してはどうかとの指摘あり。
- 指定用語について消費者に分かりやすいよう、自由度があっても良い。
    - メタクリル樹脂＝アクリル樹脂、飽和ポリエステル樹脂＝PET 樹脂など

③現行制度の見直しに当たって

- 表示の裏付けとなる基準、規格、評価方法として公的なものが必要。
- 長い目で国際的な整合性をとる必要がある。
- 適切な表示をするためには相応の費用負担が発生するが、そうした費用を負担していない不適切な表示の製品が市場に出回っており、「正直者がバカを見るといった状況にある」
    - 表示で問題となるのは輸入品。表示と異なる材質を使用しているケースも見られる。
    - 適正な情報、知識を得て取り組んでいる事業者とそうでない事業者とを区別して欲しい。製品の安全を追求するとコストが掛かり、安いモノは作れない。品質表示に加えて安全の目印として分かりやすいマークを作り、消費者の購入の際の目安になると良いのではないか。

表 5 合成樹脂加工品に関連して平成 22 年度調査において指摘された見直し事項

＜指定品目＞	
品目	理由
削除すべき品目	
合成樹脂製の石鹸箱	ポンプ式が主流で使われなくなっている。

＜表示事項＞		
品目	表示事項	内容
追加すべき表示事項		
全製品共通	原産国表示	・ 日本製品の世界的評価が高く、原産国表示（日本産）をすることが国内生産の拡大につながる。 ・ 指定用語が英語で良いとなった場合、海外製品といった誤解を与えかねない。そういったことを避ける意味でも必要。（衣料品）
合成樹脂加工品全般	電子レンジの使用の可否	・ 消費者の関心の高い事項である。
	食器洗い機の使用可否	・ 消費者の関心の高い事項である。
	添加剤	・ 樹脂名を知っただけでは安全性の品質の誤認を生じる。

＜遵守事項＞		
品目	遵守事項	課題・問題
合成樹脂加工品全般	指定用語	・ 消費者には「メタクリル樹脂」というよりも「アクリル樹脂」の方が一般的で分かりやすい。
		・ シリコーン樹脂製品が対象となっていない。
	表示方法等	・ パッケージに表示すれば本体に印刷や刻印は不要ではないか。
	その他（簡略表示）	・ 立入検査において、簡略表示への理解が不足しているために、適正な表示をしているにも関わらず毎回同じ商品が指摘を受ける。その都度、店頭に置けないなど問題が生じている。
	その他（耐熱・耐冷温度の試験方法）	・ 表示している耐熱温度にした恒温槽等に 1 時間入れて放置して、1 時間後取り出した時に変形等あってはならない等となっているが、商品使用時にそのような使い方をしないでくださいという旨表示しており矛盾が見られる。

(3)電気機械器具における見直し

①平成 22 年度調査における家表法見直しに関する指摘事項について

平成 22 年度調査において、「実務提要に記載のとおり、電気機械器具を家表法の対象から除外することを検討して欲しい」といった指摘が見られたように、電気機械器具に関しては電安法やエネルギーの使用の合理化に関する法律（以下「省エネ法」という。）と関連する法令が複数あり、電安法への統一など何れかの法律に一本化する必要性が指摘された。

②指定品目、表示事項、遵守事項の見直しについて

- 新しい商品が出てきた場合にどの法律の対象になるか判断に迷う場面がでてくる。
- 指定品目に加えるとしたら例えば LED の卓上スタンド用蛍光灯器具があるが、一つ一つの品目の見直しを議論するのではなく、電安法との統一を考えるべき。

③現行制度の見直しに当たって

- 電安法、省エネ法、長期使用製品安全表示制度など関連する法令がある。一本化の方向で見直して欲しい。（必要となる参照先が異なる。見直しのプロセスが異なり、負担が大きい）
- 品質表示に関して消費者から問い合わせを受けることはない。消費者の商品選定において、家表法の表示事項が参考とされていないのではないか。
- 購入時だけでなく使用時、廃棄時など消費者が参照するタイミングによって必要とされる情報、適切な表示方法が異なる恐れがある。その点に考慮した表示をする必要がある。
- 製品の安全性に関する表示については、電安法や PL 法対策で取組が進んでおり、家表法とは分けて考えるべき。

表 6 電気機械器具に関連して平成 22 年度調査において指摘された見直し事項

＜指定品目＞		
品目	理由	
追加すべき品目		
サイクロン式掃除機	販売数が伸びているが対象外となっている。	
ドラム式洗濯機	販売数が伸びているが対象外となっている。	
卓上スタンド用蛍光灯器具	光源に LED を採用した器具が販売されているため。	
電動歯ブラシ	販売数が伸びているが対象外となっている。	
削除すべき品目		
電気パネルヒーター	電気用品安全法等他法令の基準にて対応できているため。	
＜表示事項＞		
品目	表示事項	内容
追加すべき表示事項		
全製品共通	原産国表示	・ 日本製品の世界的評価が高く、原産国表示（日本産）をすることが国内生産の拡大につながる。 ・ 指定用語が英語で良いとなった場合、海外製品といった誤解を与えかねない。そういったことを避ける意味でも必要。（衣料品）
削除しても良いと思われる表示事項		
電気機械器具全般	区分名	・ 区分名の意味が分からず表示する必然性を感じない。
	消費電力など	・ 電気用品安全法の表示内容と重複する表示である。
＜指定品目＞	＜指定品目＞	＜指定品目＞
エアコン	エネルギー効率	・ 一般の人は関心がない項目を表示している。
卓上スタンド用蛍光灯器具	全光束	・ 一般の人は関心がない項目を表示している。
＜遵守事項＞		
遵守事項の指摘なし		

(4)雑貨工業品における見直し

①平成 22 年度調査における家表法見直しに関する指摘事項について

平成 22 年度調査において指摘された事項を準備委員会において検討したところ、以下のとおり概ね同意見であった。

②指定品目、表示事項、遵守事項の見直しについて

- 個別の表示事項について追加削除の議論をするのではなく、原点に立ち返って、家表法がカバーすべき範囲を検討する必要がある。
- 類似品目の平仄や対象品目かどうか判断を迷うものについては見直すべき。(帽子、ハンドバッグ、靴など)
- ウレタン素材の劣化については、靴底だけでなくかばんなどでも同じ問題があり、製造年月日の表示は必要。
- 雑貨工業品には安全性の問題があるが、「品質表示」だけになっている。安全の要素についても加えるべきである。
    - いす、テーブルは寸法だけの表示で、天板の耐荷重がどれくらいかという安全性の表示はない。
    - 安全性に関する情報については、PL 法があり、同じ製品でも製品特性による違いがある、一律に法律で表示内容を決めるべきではない。
- 根拠になっている JIS(日本工業規格)についても、見直され更新しているが追いついていない部分がある。時代にあわない部分については見直しが必要。
    - IH の調理器具は増えているが、JIS の項目がない。
    - 歯ブラシの毛の硬さ:JIS の規格で、同じ結果でも“かたい”、“やわらかい”のどちらにも取れる場合がある。
- 表示の文字の大きさについては、検討の余地があるのではないか。

③現行制度の見直しに当たって

・ 表示の見直しに当たっては、表示を行うためのコストについても配慮すべきである。
・ 品質表示の裏付けとなる規定が無かったり、古かったりと、曖昧で評価が難しいものがある。
・ 輸入事業者や事業者の取扱製品の拡大、異業種参入の進展によりアウトサイダーが表示者となるケースが増えている。法令の内容を見直すだけでなく、事業者への普及啓発について検討していく必要がある。
・ 伝産マークのようにお墨付きを与える条件として家表法に準拠することを加えた方が良い。
・ 罰則やかつての店頭調査など、法律を意識、遵守を促すような働きかけが必要ではないか。

表 7 雑貨工業品に関連して平成 22 年度調査において指摘された見直し事項

＜指定品目＞	
品目	**理由**
追加すべき表示事項	
ステンレス製携帯用魔法瓶	使用形態の違う商品の比率が大きくなっている。
保温性を有する弁当箱	魔法瓶と同様に魔法瓶構造になっており、保温目的で使用しているにも関わらず、魔法瓶以外は指定品目になっていない。
ハンドバッグ、財布	鞄に類する製品と一般の方々が想起するものであれば一律に表記すべきで、限定をするような話ではない。
ウレタン敷きふとん	従来のウレタンマットレスは、敷きふとんの下に敷くが、ウレタン敷きふとんは、これだけで敷きふとんとして使用できる。
靴	一般消費者は、靴は合皮だけが表示対象で、それ以外は対象外ということを認識していない。
乳幼児いす　幼児いす	乳幼児イスは生後6ヶ月以上～36ヶ月まで、幼児イスは36ヶ月以上として区分し、怪我などの事故を防ぐため。
書棚、食器棚、飾り棚といった棚類やベッド、電動ベッド	家具の中では大きな位置を占めていることから、これらの製品についても表示が必要になってくる。
耐熱ガラス	現在は、ほうけい酸ガラス製又はガラスセラミックス製の食事用食卓用又は台所用の器具に限る。
容器、ストッカー	保存用電子レンジ、オーブン料理等、使用用途の多様化への対応。
陶器	消費者から材質についての質問が多い。
フライパン	フライパン 1 つでいろいろな料理ができ、鍋以上に使用頻度が高い製品であるため。 ※ただし、メーカーの自主表示が普及し、実質的に品質表示法相当の表示が行われているため、現在は品目追加の必要性はないとの指摘もあり。
歩行補助車	ショッピングカートと類似しているが対象外。
浄水シャワー	特に市中に拡大しており、消費者の信頼のため、規制すべきと思われる。
軟水器	特に市中に拡大しており、消費者の信頼のため、規制すべきと思われる。
食品包装用ラップフィルム	法令としての決まりがないため。
毛皮製品	昨今、ファー商品が増えており、何の毛皮か表示法を定めた方が消費者が分かりやすいため。

削除すべき品目		
スポーツシューズ	日常に使わない。	
たんす	食器棚、書棚等と比較して、たんすのみ品質表示が必要とは思われない。メーカーカタログやメーカーの取扱説明書で充分だと思われる。	
＜表示事項＞		
品目	表示事項	内容
追加すべき表示事項		
全製品共通	原産国表示	・ 日本製品の世界的評価が高く、原産国表示（日本産）をすることが国内生産の拡大につながる。 ・ 指定用語が英語で良いとなった場合、海外製品といった誤解を与えかねない。そういったことを避ける意味でも必要。（衣料品）
鞄	容量、許容重量	・ 商品選択をする際に必要。
家具全般	原産国表示	・ 消費者が購入の判断を行うときに有益な情報だと思われる。
靴	底材の製造年月日表示	・ ポリウレタン底の場合、経年劣化による加水分解が起こるため製造年月日の記入が必要。
削除しても良いと思われる表示事項		
洋傘	生地の組成	・ 細かな情報までを消費者に内容表記すべきなのか疑問。
スプリングマット	コイルスプリングの形状／材料の種類	・ 消費者が購入の判断を行うときに有益な情報であるか疑問。
	詰物の材料	・ 詰物一点一点の仕様を記入しても消費者の商品選択の上での有効性に疑問を感じる。
サングラス	可視光線透過率／紫外線透過率	・ いずれも実測値を表示することとされているが、消費者にとればあまり意味は無いと思われる。例えば使用目的別の目安となる透過率の表示方法を採用すれば消費者が選択する際の利便性が上がると考えられる。
＜遵守事項＞		
品目	遵守事項	課題・問題
ステンレス製携帯用魔法瓶	表示方法等	・ 魔法瓶毎に、「消費者の見やすい箇所に分かりやすく記載する」となっている。しかし、商品の多様化により小型化、デザイン性が追求されている。「使用上の注意」事項は内容も文字数も多く、本体から容易に離れない形での表示には無理が生じている。
鞄	その他（鞄及びハンドバックの定義）	・ 実務提要では「ハンドバックは鞄ではない」となっているが、それでは鞄とハンドバックの線引きはどこなのか。
合成洗剤、洗濯用又は台所用の石鹸及び住宅用又は家具用の洗浄剤、衣料用、台所用又は住宅用の漂白剤、クレンザー	界面活性剤の含有率	・ JIS法による分析結果と製造時の仕込み量とがまれに異なることがある。
	界面活性剤の種類の名称、その他の添加剤の機能名称	・ 現在の使用実態と整合性がとれていない。 ・ 略称がLAS（直鎖アルキルベンゼンスルホン酸ナトリウム）以外認められていない。
靴	素材表示	・ 材料の組成が複雑で使用が多岐に渡るため、表示内容が困難な場合がある。
革又は合成皮革を製品の全部又は一部に使用して製造した衣料品	部分使いされた皮革（ジーンズのレザーラベルやパイピング部分）の原材料表示義務	・ 使用量にかかわらず原材料を表示する現行の規程は品質取扱面からも意味がない。 ・ 部分使用された皮革の表示義務を設けているのは日本だけ。
	その他（定義）	・ 合成皮革と人工皮革の判定に困難なものが多い。
革又は合成皮革を製品の全部又は一部に使用して製造した手	表示方法等	・ 「使用上の注意」表示は縫い付けになっているが、手袋に手を入れた際に邪魔になるので、そこに縫い付けているメーカーはないのでは

袋		ないか。 ・ 製品特性を考慮すると縫い付けは現実的ではないように思われる。
	注意表示	・ 革や合成皮革の衣料品と同じ内容でありながら、手袋は「使用上の注意」で衣料品は「取扱い上の注意」と、同じ内容でありながら使い分けなければならない。
家具全般	寸法	・ 単位表示がミリメートルとされており、消費者にとって分かりやすいか疑問。
	取扱い上の注意	・ ソファやガーデンファニチャーは日当たりのいい場所で使って欲しい商品だが、「直射日光を避ける旨」表示しなければならない。
	表示方法等	・ 全ての表示項目を製品毎に表示することとなっている。
		・ 消費者の見やすい場所となっているが製品によっては見にくい場所となる。
机及びテーブル	指定用語（表面材）	・ 天然木の上に天然木のツキ板を貼った場合の適切な表示方法がない。
いす・腰掛け及び坐いす	寸法（許容される誤差の限度）	・ ソファの詰め物の関係で±10mm（幅、奥行き、高さ±10mm）で適切か疑問。
	表示方法等（本体から容易に離れない方法）	・ 展示の際、外観上の問題でお店が品質表示を外す場合と長期展示で自然に取れてしまう場合がある。
漆器	合成漆器の表示	・ 漆器（漆塗り）と合成漆器（その他の塗料）を同じ製品として扱っていることに無理がある。
ほうけい酸ガラス製又はガラスセラミック製の食事用又は食卓用の器具（雑貨）	取扱い上の注意	・ 「調理の際は外滴をぬぐい、途中で差し水をするときは冷水の使用を避け、またガラスの部分が熱くなっているときは濡れたふきんでふれたり、濡れたところに置かない旨」とあるが、ガラスコップ等熱湯用仕様の製品では、水滴を拭う行為が無いといった指摘を消費者から受けている。
		・ 「突然一気に沸騰して湯が激しく吹き出すおそれがあるので加熱中は顔などを近づけない旨（直火用のものに限る）」とあるが、電子レンジでも突沸する恐れがある。
	その他（定義）	・ 現在はほうけい酸ガラス製又はガラスセラミックス製の食事用食卓用又は台所用の器具に限る。
なべ・湯沸し	満水容量	・ 現行の±5％はなべの形状（大口径で浅型のものなど）によっては製造上のバラツキで超過するケースがあり、便宜的に定義された参考情報に対する規定としては過酷である。
なべ	取扱い上の注意	・ 「炒めものに使用しない旨（鋼板製でほうろう引きのもの又は銅製のものに限る）」とあるが、なべに使用されているステンレス鋼製の板厚によって炒めものに使用できる製品できない製品が分かれる。現制度ではそれらを区別しない遵守事項になっている。 ・ 「炒めものに使用しない旨（鋼板製でほうろう引きのもの又は銅製のものに限る）」とあるが、ほうろう引きのものには鋼板製と鋳物製のものがある。 ・ 「天ぷら等の調理に際しては、油温度を 200℃以上に上昇させない旨」とあるが、ステンレス鋼製の天ぷら調理もできるなべ、できないなべがある。しかし、現制度ではそれらを区別しない遵守事項となっている。
洗浄剤と漂白剤	成分表示の方法	・ 同じ成分でも洗浄剤と漂白剤の表示方法がバラバラとなっている。
クレンザー	研磨材の定義	・ ケイ酸アルミニウム系鉱物、ケイ酸系鉱物、炭酸カルシウム系鉱物、アルミナ系鉱物の 4 種しか使用できないように解説されている。

5. 家表法の見直しに向けて

(1)家庭用品品質表示法の見直しの方向性

平成 9 年家表法の見直しに当たって「表示の骨格としての表示の標準を維持した上で、事業者の自主性を発揮させることにより表示の充実を図り、一般消費者にとってより見やすく分かりやすい表示が行なわれるようなものとし、表示者を混乱させ、不利益を与えるような不適切な表示を適宜適切に排除することに重点を置いた運用」（消費経済審議会品質表示部会報告書（平成 9 年 5 月））といった基本的な考え方が提示された。

基本的な考え方を踏まえ、具体的に見直した内容は図 8 に示すとおりである。

図 8 家庭用品品質表示法関係規程　主要改正事項（平成 9 年家表法の見直し時）

繊維製品

① 獣毛表示の解禁
② 英語表記の一部解禁
③ 綿、毛などのカタカナ表記が解禁
④ 寸法、難燃性、収縮性の表示削除
⑤ その他

雑貨工業品

① サングラスに紫外線透過率を追加表示
② 合成洗剤、石けんの界面活性剤表示、洗浄補助剤表示をきめ細かに表示
③ ほ乳用具の吸い口形状表示の形状追加
④ 机、いす等の材質表示、表面加工表示を細分化
⑤ その他

共通見直し事項

① 流通実態がないもの等は対象外とする。
② 品質の識別意義が喪失しているものは対象外とする。
③ 消費者苦情が多く、品質の識別が困難なものを対象とする。
④ 枠囲いの廃止
⑤ 使用上、取扱上の注意の表現方法の弾力化
⑥ 文字の大きさ、表示場所の弾力化
⑦ 表示者承認番号制度の原則廃止
⑧ JIS、ISO の試験方法等の積極的な取り込み

合成樹脂加工品

① 洗面器、浴室用器具等の耐熱温度表示の削除
② 洗面器、たらい等の耐冷温度表示の削除
③ 皿、食品用容器等の電子レンジでの取扱い注意表示の明確化
④ 刻印表示の弾力化
⑤ その他

電気機械器具

① 品名、形名表示を削除
② コードの長さ表示を削除
③ 使用方法、設置方法、点検・手入れに関する注意事項の表示を弾力化
④ テレビ、電気洗濯機等の種類表示削除
⑤ その他

『家庭用品品質表示実務提要』消費者庁表示対策課　編集　ぎょうせい　刊

準備委員会及び本委員会で家表法の見直しについての検討結果を踏まえると、現行制度を前提に見直す場合は、大幅な見直すことは不要という平成 22 年度の調査に近い結論が導かれる。

一方で、「家庭用品の品質に関するありのままの情報を消費者に提供することを製造業者、販売業者等に課すことにより、消費者に商品選択のよりどころを与え、かつ、その品質に即した合理的な使用を可能とすることにより、消費者の利益を保護しようとするもの」という趣旨に立ち返って見直す場合、指定品目制の廃止、表示者の責任範囲に対する考え方など、根本的に見直す必要性があることが指摘されている。

家表法の見直しに当たっては、「3. (5) 家庭用品品質表示法の見直しに係る基本的な考え方」の項で述べたように、現行制度を前提に社会環境の変化等を考慮し、時流に合ったものへと見直す『短期的な見直し』と、家表法の本来の趣旨に立ち返り家表法の在り方を根本的に見直す『長期的な見直し』の 2 つの手順で見直していくことが求められる。

短期的な家表法の見直しについて整理すると図 9 のとおりとなる。

図 9 短期的な見直しの在り方について

共通見直しの方向性

① 消費者、事業者にとって分かり難い事項／判断に迷うような状況を解消する（指定品目／表示事項／遵守事項）
② 時流に合わせて品目／表示事項／遵守事項を適宜見直す
③ 事業者の自主性を発揮させ、表示の充実を図る（表示方法、取扱上／使用上の注意など）
④ 必要に応じて海外の表示制度との整合を図る（試験方法、表示事項等）
⑤ 表示の裏付けとなる JIS、ISO の試験方法等の見直し、新規作成を働きかけ、陳腐化を防ぐ
⑥ 見直しに当たっては、特定の事業者団体だけでなく、ある程度製品の取扱いのある事業者等の意見を照会する
⑦ 家表法の見直し内容を適切かつ効果的に幅広い事業者に伝達する仕組みを検討する

製品分野に固有の見直しに向けた課題

繊維製品
指定用語を時流に合わせ適宜見直せる形にする　など

電気機械器具
電安法、省エネ法等関連する法令との関係を整理し、必要に応じて一元化を検討する　など

合成樹脂加工品
消費者の安全に対する意識（添加物等）に配慮した分かりやすい表示（マークなど）の在り方を検討する　など

雑貨工業品
製品の特性等を勘案し、必要に応じて安全の要素を表示に盛り込む　など

本年度開催した４つの準備委員会共通で指摘された内容（各分野に共通すると思われる事項）を「共通の見直しの方向性」、それぞれの準備委員会において特徴的に指摘された内容を「製品分野に固有の見直しに向けた課題」として整理した。

平成９年当時と比べて特徴的な点として「消費者、事業者にとって分かり難い事項の解消」である。各準備委員会共通で指摘されたことの一つに、表示に関する知識の乏しい事業者の存在が挙げられる。経済の国際化の進展、インターネットの普及等により、比較的容易に海外に生産委託したり製品を輸入することができるようになった。そのため、家表法を含む表示に関わる法令に対する知識がない事業者でも製品を企画、輸入し、販売等を行なっている実態がある。このような事業者は既存の事業者団体の枠外にあり、自ら消費者庁のホームページ等にアクセスしたり、事業者団体や検査機関に問い合わせをするなど、事業者の能動的な行動がないと家表法に関わる情報が行き届かない状況にある。一方、検査機関その他に寄せられる事業者からの照会で多い内容が「自社で取り扱おうと思っている製品が家表法の対象になるかどうか」ということに見られるように、対象品目かどうかの判断をはじめ家表法には分かり難い点が見受けられる。事業者団体の枠外にいる事業者の存在を考慮すると、消費者だけでなく事業者にとっても分かりやすい内容に見直していくことが求められる。

また、アパレル産業において皮手袋、衣料を取り扱うなどの取扱製品の拡大や SPA（製造小売業）の成長など、従来の事業者団体の枠外にいる事業者の存在が大きくなっている。家表法の見直しに当たっては、事業者団体及びそこに参加している事業者だけでなく、ある程度取扱量のある事業者の意見を収集し、反映していく仕組みについても検討してく必要がある。

製品分野固有のテーマとしては、繊維製品における指定用語や特例表示、平成 9 年の見直し時から継続的な検討課題となっている電気機械器具の取扱いや雑貨工業品で特に指摘のあった家表法に安全の要素を盛り込むかどうかなどがあり、今後見直しを進めるに当たって、具体的に検討を行なう必要があるものと思われる。

一方、中長期的な観点からの見直しに当たっては、本委員会において「対象品目の指定」や「表示を行う者」といった家表法の仕組み全般に関わる点について、「指定品目制の廃止」や「表示者を製造事業者又は輸入事業者に限定し、表示者が品質責任までを負う形にする」というように、抜本的な見直した方が良いのではないかとの意見が示された。

指定品目制を廃止した場合の影響やその場合の家庭用品の定義、共通して表示すべき事項をどのように定めるか、個別の表示事項をどうするか、といった表示の標準の在り方など検討を要する課題も多く、今後議論を深める必要がある。

図 10 中長期的な見直しの在り方について

現行制度		将来的な姿（検討会での指摘された案）
指定品目 ・ **「繊維製品」、「合成樹脂加工品」、「電気機械器具」、「雑貨工業品」で** 90 **品目を指定する指定品目制**	→	**包括的に対象にする** ・ 対象となる製品の範囲は？
表示者 ・ **製造業者、販売業者又はこれらから表示の委託を受けて行う表示業者のいずれか。**	→	**一義的には製造事業者又は輸入事業者を表示者とする** ・ 小売事業者の定義の見直しを含め、表示者の定義についてどのように見直すか？ ・ 表示だけでなく品質に対しても責任を負うこととするか？
品目ごとに表示の標準を示す ・ **品目ごとに表示事項、遵守事項を定める。**	→	**全製品共通となる表示事項を定める。個別の製品については、表示すべき事項を定め、具体的な表示内容は事業者、事業者団体の自主性に任せる。** ・ 表示事項を定める枠組みをどうするか？ ・ 表示の妥当性をどのように確認するか？ ・ 表示例等についてガイドブックを作成するなど事業者向けのフォローをどうするか？

(2)家庭用品品質表示法の普及啓発に向けた取組について

本委員会及び準備委員会を通じた課題として、短期的、中長期的な観点を問わず多くの委員から指摘がなされたのは、事業者及び消費者双方に対する家表法の普及啓発である。

既存の事業者団体に加盟している企業を中心に実施した平成 22 年度調査によると、9 割以上の事業者が品質表示担当者(又は部署)を選任し、約 9 割が家表法の指定品目外であっても品質表示を行なうなど、事業者の自主的な取組が進んでいることがうかがえる。

図 11 品質表示担当者の選任状況(平成 22 年度調査)

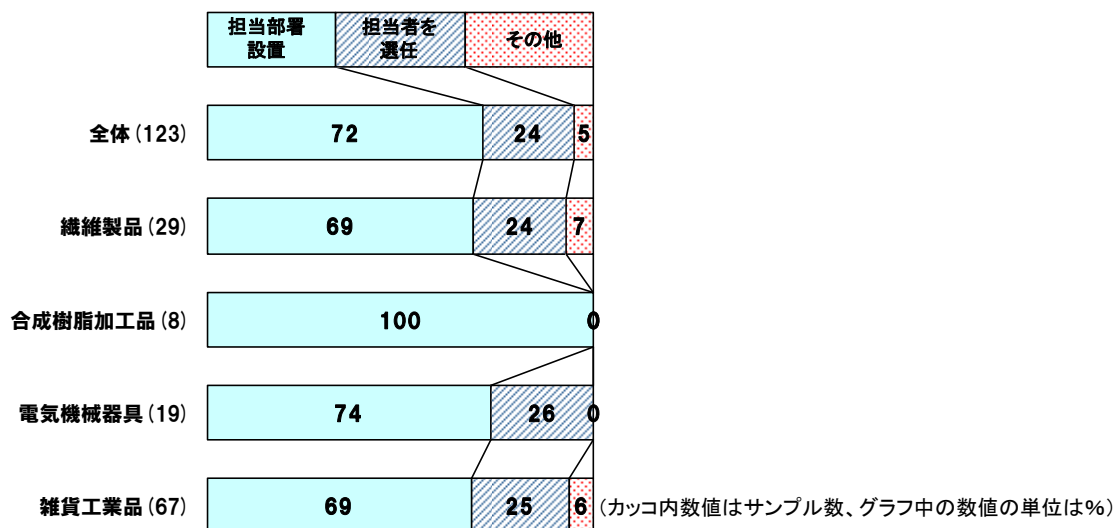
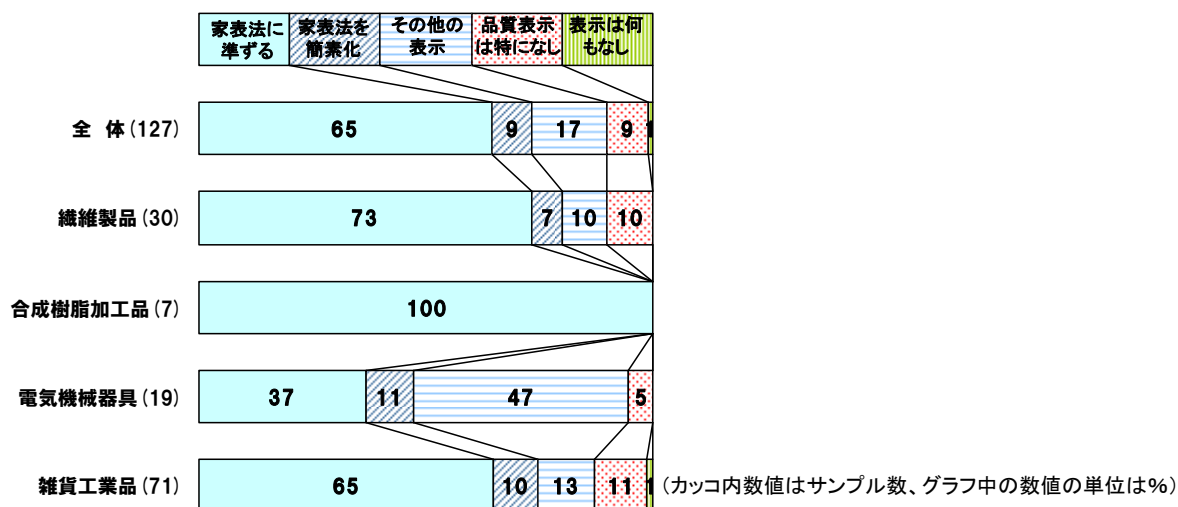



図 12 家表法の対象品目外の製品における表示対応(平成 22 年度調査)

平成 22 年度調査を見る限りにおいては、「事業者において適正な品質表示を行なうことへの意識の向上が進んでいる」といった平成 9 年度の消費経済審議会品質表示部会報告書での指摘のとおりの状況にある。

しかしながら、準備委員会及び本委員会における委員からは異業種参入の進展やインターネット販売の普及等により、既存の事業者団体に参加していない事業者が表示者となって製品を市場に提供しているケースが多く、そうした事業者の中には家表法に対する知識に乏しい事業者が少なくないとの指摘が見られた。

また、平成 22 年度調査において前述のとおり、事業者団体に参加する事業者の数（及び加入率）の低下が指摘されるなど、表示の見直しや周知に当たっては事業者団体を中心としたもの以外の経路、方法について検討する必要がでてきている。特に、特例表示をはじめ家表法そのものが分かり難いといった指摘がなされ、一部に「表示者の資格化」といった意見が見られる状況があることから、事業者向けの普及啓発や事業者にとって分かりやすい表示とし、適正な表示が行なわれる環境を整えていくことが求められる。

一方、消費者に対しては、「今までは事業者への規制に力点が置かれていて消費者への啓発に力点が置かれていなかったと感じる。消費者への普及啓発をもっと行なっていくべき」といった意見に見られるように、消費者への普及啓発という点では必ずしも十分ではなかったと思われる。家表法に関するガイドブックやハンドブック及びホームページともに事業者向けの内容となっていることからも、消費者に対する普及啓発に力点が置かれていなかったことがうかがえる。

適正な情報を消費者に提供すれば製品が売れ、そのことによって事業者がより積極的に情報を提供する方向に進むといった好循環が見られるような環境の実現を目指し、消費者及び事業者双方に働きかけを行なうことが必要である。

本委員会等で指摘された取組

消費者向けの取組
・ 消費者向けの普及啓発活動の充実 ・ 一般向けの学校教育（親子教育を含む） 等 ・ 分かりやすいリーフレット／ホームページの開設 ・ 適正な表示のない製品の購入にはリスクがあり、表示を確認して購入するような働きかけ ・ 一般消費者向け展示会等での出展／PR 活動の実施
事業者向けの取組
・ 事業者向けの普及啓発、情報提供 ・ 事業者を対象としたセミナーの実施 ・ 家政学部等での教育など次世代の表示者に対する教育の実施 ・ 行政の見解（過去の問い合わせに対する回答）の公開 ・ 法律の改正時におけるメールマガジン等による情報提供の実施 ・ 家表法を守らない事業者に対する監視活動の充実（（かつてのような）立入検査、試買試験の実施）

6. 参考資料

以下の準備委員会及び本委員会の議事録を掲載。

＜準備委員会＞

繊維製品	第一回	平成 23 年 11 月 25 日(金)14:00～16:00
	第二回	平成 23 年 12 月 16 日(金)14:00～16:00
合成樹脂加工品	第一回	平成 23 年 11 月 11 日(金)14:00～16:00
	第二回	平成 23 年 12 月 14 日(水)14:00～16:00
電気機械器具	第一回	平成 23 年 11 月 30 日(水)14:00～16:00
	第二回	平成 23 年 12 月 15 日(火)10:00～12:00
雑貨工業品	第一回	平成 23 年 11 月 22 日(火)10:00～12:00
	第二回	平成 23 年 12 月 12 日(月)14:00～16:00

＜本委員会＞

第一回	平成 24 年 1 月 26 日(木)14:00～16:10
第二回	平成 24 年 2 月 10 日(金)14:00～16:00
第三回	平成 24 年 3 月 2 日(金)14:00～16:00

繊維製品分野における準備委員会

第一回　準備委員会　議事録

日時　　平成 23 年 11 月 25 日(金)14:00～16:00

会場　　東京海上日動リスクコンサルティング(株)第一応接室

討議・意見交換

1）　昨年度の調査結果を受けた感想(家表法全般)

事務局：昨年度の調査結果を見て遵守事項などの指摘は多かったが、大筋では、現行の制度を大きく見直すことはないという認識に違和感はないか。

・　そのように考えている。

事務局：指定品目についてはどうか。指定品目とそうでないものが分かりにくい、不都合、違和感があるか。

・　帽子やスタイでもメーカーの方針で表示が付いたり、付かなかったりということがある。帽子は都条例の対象となっているが、実用帽の定義が曖昧で事業者にファッション帽だと主張されるとそれ以上言えない。

・　繊維業界は比較的、新規参入が容易な業界。検査機関に多種多様な問い合わせがあり、家表法のいろはから教えなければならない。今の家表法を守りましょうという意識であり、変えましょうという意識には結びつかない。

事務局：新しく入った人、ビジネスを始めた人にどうやって家表法の啓発を行うのかというのはひとつのテーマであると思っている。どのような問い合わせがあるのか。

・　問い合わせは基本的なこと。指定用語の問い合わせなど単純なものが多い。それと表示対象となるかどうかということ。

2）　指定品目等に対する考え方

・　ファッションなので指定品目にないものが次々と出てきて判断に迷うことがある。例えば去年であれば「スヌード」があった。指定品目にない商品の対応については、消費者庁に相談するなどしている。

事務局：後追いで指定品目に加えた方がいいのか、それとも表示の参考になる商品、目安があれば良いのか。

・　ものによる。

・　海外の組成表示と日本の家表法では考え方は違う。海外には指定品目がないが、日本は家表法で品目を指定し、法律でがんじがらめに縛り、非関税障壁となっている。誤差３パーセントで捕まってしまうのはその典型。日本は特例が多すぎて逆に間違える。細かい特例まで把握するのは非常に困難で、間違える要因となっている。

・これまで事業者が質問した結果に対する回答、見解を示して欲しい。内容がオープンにされておらず、表示ミスを招く一因となっている。

・ 表示で一番困っているのはダウン。±5パーセントは無理。中綿表示をすることになったので、ネームだけが長くなっている。ポケット口、前立て、えりと書くことが消費者のためなのか。混乱するだけ。消費者のためというのなら、表示は分かりやすく、特例をなくすべきである。現状は、消費者にとって分かりやすい表示は何かを考えるより先に（複雑な）家表法を守ることに汲々としてしまっている。

事務局：繊維は HP の QA が充実しているなど新しく参入する人のケアが他の業界に比べて厚いようだが。

・ ネット通販からの問い合わせが多い。画像などが届いてどういう表示が必要かということ。問い合わせの背景には、検査費用の関係もあり、極力必要のない表示は避けたいという意識がある。

・ 刺繍の問い合わせなどもある。細かい具体的なところなど自社で判断できないところは、業界としてケアできる先がある。他と比べて聞く相手がいるという点では良い。

事務局：問い合わせをしてくるということは家表法を守ろうという意識は強いということか。

・ 新規参入でも遵法精神は高い企業はある。ただ、一方で海外から商品を仕入れて売るだけという企業もある。

・ 事業者に対して表示の不備を指摘すると、「今までこれでよかったのに」と言われることが多い。

事務局：メーカーもそうだが、販売側の知識もある程度必要ということか。

・ 販売でも表示に対する教育は行っている。ただ指定品目外に対しては、無理に付けてとはいえない。繊維製品は全てに表示しろというなら分かりやすい。指定品目外のものは表示がついてなくてもそのまま。特例の多さが表示者のしにくさにつながっている。

・ 日本では指定品目を決めているので、追加するのなら、なぜ表示が必要になったかという根拠が必要となる。なんの問題も起きていない商品を指定品目に追加するのは難しい。繊維製品は消費者のためには組成表示を推奨するとしなければ、簡単には追加ができない。

・ 指定品目に関するもう一つの問題として、ローカルルールの問題がある。同じ社内でも店舗によって異なる表示を求めるといったもの。

・ 自社ルールが多い。量販店系によく見られる。家表法とは別に、うちはこれでやるよというように納める先で表示の要、不要、内容が様々である。

・ 一番過剰なのは無店舗販売。非常に細かい。

・ ローカルルールをなくして全て、基本だけ決めるということで良いのではないか。

・ ローカルルールが多い背景には、消費者から問い合わせがありそうなものは事前に表示してしまおうという考え方がある。そうすれば、コールセンターへの問い合わせや小売の店頭で販売員が聞かれといった負担がなくて済む。

・ ネームを作って取り付けなければならないというのが時間と手間が作業であり、輸入業者

が反対される。シルクなどショールなどのデリケートなものは付けられない
・ 販売の現場ではシルクの取扱いを聞かれる。自社が表示者となっている表品は輸入品であっても全部付けている。
・「問い合わせが各社多いでしょ、だから義務化しましょう」ということであれば見直しの理由にはなる。そこは見直すべきでは。
事務局：現状で、指定品目外の商品で事業者に表示をするように指導をしているものはあるか。
・ 対外的には指導できない。法律にないものは強制できない。下請け法にひっかかってしまう。自社のローカルルールで直輸入商品は対応している。
事務局：家表法の指定品目になっていた方が販売する立場からするとありがたいということはあるか。
・ 物産展など店舗や場所など表示が様々。品目が決まっていれば理解してもらいやすい。

3） 現行制度の課題と表示の簡素化について
事務局：他に現行制度で問題となっているところはあるか。
・ 革製品の表示、特に合成皮革。雑貨との区別について。
・ 雑貨工業品の番号制。併用しているところもあるが。
・ 不織布の追加の扱い。定義が変わってしまうのでは。不織布は繊維ではない。外から見て分からないものはどうのか。表地の定義が決まっていないからであり、家表法のそもそもは何か、表示の定義は何かということを考慮。
事務局：今の運用をオープンにしたらいいのでは。いろいろなところの相談はどこかひとつで見に行けばわかるというようにすればいいのでは。
・ まとめたものがあるのか。
・ 繊技協 のHPにアップしているものを消費者庁に移すという方法もあるかもしれない。QAの部分は細かいものが多い。
・ 家表法のそもそもは何を表示するのかがぼやけてしまっている。新しい解釈が出てこれはやらなければならないとなっている。
・ 細かい相談は特例についてのもの。特例部分を少なくし、自由度を上げてはどうか。指定用語も使わないものは削ってもいいのでは。
・ 平成 9 年の見直しの際に簡素化と言っていたが、実現しなかった。事業者も消費者も問題がないのであればもっと簡素化されてもいいのではないか。消費者が扱って不具合のないように、購入する際に分かりやすいように、など原則に戻ればより簡素化できるのではないか。
・ 簡素化しようとしても、業界団体によっては変えなくてもいいという反応もあった。既得権益のあるところは変えたくない。事業者団体も一枚岩とはいえない。
事務局：簡素化とは特例をなくすということか。

・ 特例によってあまりにも複雑になっている点はある。何が複雑化しているのか考える必要がある。
・ 消費者の誤認を与えるとか、作る側の自由度を高める、表示をした方が安全性が高まるとか3～4の観点から考えてみるのが良いのでは。
・ 消費者が商品を選ぶ際に不利益にならないようにという原点に立ち返るという視点をぶらさないこと
・ 過去の回答。特例ができた理由。靴下のロゴムなど詳細がないことで本当にお客様に影響があるか。

事務局：見直しの方法について要望はあるか。

・ 消費者団体は個人の意見ではなく団体としての意見を言って欲しい。
・ 前回の見直しの際も、消費者団体から見直した方が良いと言ってきたのに具体的な意見がない。団体からここをこうしてというのがない。
・ 個人の意見で、裏地の表示は大事なことだと言われ、見直しが進まなかった。
・ また、許容範囲については厳しくしろといってくる。（検査の）技術的な限界もある。その点への理解がない。
・ 手袋のラベルの縫い付けは消費者には不利益では。現実的に付けられない。一から作るなら可能だが、買ってきた製品は無理。
・ 雑貨で見直しが決まってから繊維に連絡があった。
・ 手袋は皮手袋がある。

事務局：雑貨であっても決める段階で繊維関連の団体に意見を聴取すべきということか。

・ 相当の量を扱っているところには聞いてくださいよということ。

4） 家表法の普及、啓発について

事務局：新しく参入した業者が取り組むためにどういう仕組みがあればいいか。質問を受けたときにどのように対応されているか。

・ まず消費者庁の HP を紹介する。ハンドブックを読んでくださいと。まず自分たちで勉強することが必要。

事務局：どこにも属さないところにはどうしたらいいかという課題は繊維に限らずある。行政からも発信すればいいのではいいのかという意見。事例集があればとか、発信についてのいい手段はないのか。問い合わせがあれば対応するが、地方のメーカーに違反があった際など、表示する義務があったことすら知らなかったという事業者も見られる。

・ 絵表示が変わることと合わせて、家表法全体の教育をすればいいのでは。
・ 初心者向けの研修は多い。
・ 自社が実施した春先のセミナーは満席だった。メーカーだけでなく物流事業者なども参加する。新規参入が容易なだけに基礎的なセミナーに参加することが多い。
・ 今もやっているようであるが家庭科の授業など、学校で教えることは必要。

・ キッズ系の HP がある。
・ 法律があるかどうかを知らしめる必要がある。
・ 家政系の学生に対するアンケートでも絵表示を知らないという結果が出ている。
・ TES の受験者数が増えているのは、知らなければいけないと意識が働いている。
・ ファッション、デザインから入る人はこの法律は分からない。
・ 知らなくても困らないから。
・ 罰則規定が弱い。なければ下げてとはいうが、罰則規定があれば少しは対応も変わる。
・ 不公平感がある。正直者がバカを見るような状態になっている。
・ 昔は店舗に試売とかに入られた。法律の完成途上だったこともあるだろうが、緊張感があり、店全体が家表法を守ろうという意識になった。
・ ファッションのデザイナーの卵とかの啓蒙が必要。
・ 何科に行こうが必須にする。パターンだろうとMD だろうということ。品質管理の講座はあるが、そのうちの2コマでも家表法がマストの法律なのだというのを講義に入れる。

事務局：表示の資格化、というアイデアもあったようだが。

・ TES 以外の資格を導入しては。

以上

繊維製品分野における準備委員会

第二回　準備委員会　議事録

日時　　平成 23 年 12 月 16 日(金)14:00～16:00

会場　　東京海上日動リスクコンサルティング(株)第一応接室

討議・意見交換

1)　特例表示について

事務局:毛布の特例表示。毛羽部分について。

・　寝装品。起毛とマイヤー毛布がある。縦横表示はないかわりに起毛の場合は、縦糸で値段がかわる。その差が消費者には分かりにくいということがある。自社では縦糸は別タグで表示している。今はなるべく細かく表示してあるほうが消費者には分かりやすい。

事務局:両方表示は御社独自のものか。

・　タグ上は家表法では毛羽表示をしている。値段の差がわかるように札を付けている。ウール毛布の表示の際に、縦横表示をして、縦アクリル、横ウールの表示だと、ウール混との表示の差が分からない。今までの表示のイメージのギャップを消費者が納得することが可能かどうかは考える必要がある。

・　縦横全部カシミヤのものもカシミヤだし、横糸だけカシミヤでもカシミヤ毛布では誤認を与えるのでは。同じ商品なのに、専門店ならカシミヤ毛布、百貨店ならカシミヤ混なら、同じ土俵にのりづらい。お客様に誤認を与えないようなルールが必要。

事務局:他の特例でシンプル化、簡素化したときに弊害が起こるものはあるか。

・　表示の特例が一番多いのは省略。事業者の不都合といえば、行数が増え、表示する内容が増えることくらい。ヨーロッパは商品全体を表示しなさいとあって、省略する場合は○○を除くと書く。日本の場合はそれがなくて特例として、表示しなくても良いとなるから省く。どれが省けることなのか分かり難い。商品全体の考え方で省略をなくすという考え方ならアメリカでもヨーロッパでも通じる。スリット糸について、なにがスリット糸かが分からなくなる。何を特例として、特例を残すならこういう理由でということを表沙汰にしないからどんどんと増えていく。

事務局:消費者の混乱はないのか？

・　混乱はしないのではないか。

事務局:ただ行(情報量)が増えたという認識になるだけでということ。

・　消費者団体では、裏地も書いた方が良いと言っている。そうした場合、以前は特例で省いていたものを書くようにしたということを周知しないとアパレルは間違える。消費者は困らないが事業者が混乱する。

・　全部出してもいいのでは。

事務局：省略するに当たっては組成について把握する必要があり、書けるということか。

・ 0.5%のごみといわれる部分も書いている。わかっていれば省くわけにはいかない。

・ 書かなくてはいけないのは、ポリウレタンのようにストレッチ用で意図的に使用しているもの。そうではないものは 100%表示をしてもいいのでは。検査する側でも分析ができる。

・ 現状、事業者が困惑している点として、省いて表示していいものかどうかが分からないということがある。

・ 以前はこうだからこうという表示をしようとわかったが、今のアパレルの担当者はデーターを見ても判断ができない。そもそも勉強不足の面もある。

・ 特例は省かなくてはいけないと思っている人もいる。そうではない。

・ 省く場合は省いたと書かせるとか。

事務局：過去の経緯を知っていて自分で判断できる人がいなくなっているのか。

・ 過去の経緯も教えられていないし、判断ができなくなっている。

事務局：特例を廃止しても消費者には大きなデメリットはないということか。

・ 付ける付けないといったことをはっきりした方が事業者もやりやすいのでは。

事務局：毛布、寝具の場合は特例を見直していくということについてどう考えるのか。

・ 悪いことでないと思う。毛布で言えばヘムは省略なのかどうなのか。表示するとなっても、事業者が表示できず困るということはない。

事務局：特例をなくしてシンプルにすることが消費者、事業者双方にとって都合がいいということか。

2） 普及啓発について

・ セミナーをやっているが多くの参加がある。業界の中では勉強しなくてはいけないという意識はあると思う。

事務局：事業者はセミナーに参加して、どのへんを疑問に思うのか。

・ 春先は新人研修、秋口は経験者になるので、突っ込んだ質問がある。レベルによって全然違う。

・ 検査業界のセミナーは大きな都市でやる。物産展に出てくるような、手作りの作家さん、伝統工芸の製品には何も（表示が）付いていないし、表示に関する認識がないところもある。検査業界のセミナーに参加できないような地域の事業者への対応を考える必要があるのではないか。

事務局：知るきっかけになるのは百貨店からの指導等か。

・ 百貨店の指導等もあるが、全体としてもう少し県レベルで情報を発信してもらうことが必要だと思われる。

事務局：そういうところと連携して普及させる必要があるということか。

・ 物産展協会のようなところもある。表示について雑貨と繊維はひどい。地域で生産、販売している分には何とかなってしまっているところがある。

事務局：家表法を知らない人に情報を伝えていくとしたら、商工会議所などを活用していくということか。

・ 県単位で。

事務局：表示をしなければという意識がそもそもないということか。

・ 表示の意識がないし、どう表示しなければならないかという認識がない。

事務局：そこは決め細やかに対応が必要ということ？

・ アパレルは一人でも起こせる業界。そういう人に表示の必要さを認識させる必要がある。相談センターに「表示が必要なのか」という問い合わせが結構ある。また、適正な表示をしている事業者とそうでない事業者の間に不公平感がある。

事務局：適正な表示をしていない事業者に対しては、どう対処すべきか。

・ 捕まえるしかない。

・ 家表法のサンプルチェックはしているのか。

消費者庁：現在はやっていない。購入して表示の有無を見るだけなら簡単にできるが、製品と表示が合っているかまで見ないと試買の意味はない。そこまでの対応はできない。

・ イギリスには罰則があるから、イギリスに輸出するとなったら表示を付ける。

事務局：守らせる仕組みとしては、表示と内容をチェックして、違反は公表するということか。そのことで真っ当に取り組んでいる事業者の不公平感は解消されるか。

・ 不公平感は解消される可能性がある。公表されるとバイヤーも関心を持つ。バイヤーから取引しない等と言われると困るから抑止になると思う。

・ 百貨店の中でも対応に差がある。自社では全社で品質表示についてしっかり見ていこうと、週に 1 回チェックする仕組みがある。見るのは人海戦術で限度がある。

事務局：商品を取り扱っている人もある最低限は認識しておかなければということか。

・ 自社では最低覚えるのは対象品目かそうでないかということ。対象品目でないものにないとは言わないようにしている。そこが最低ライン。

3） 家表法に安全の要素を含めるかどうかについて

事務局：家表法の中に安全の要素を含めるべきかどうかについてどのように考えるか。

・ 家表法で安全は難しいのでは。PL 法や消安法がある。家表法と絡めるよりは分離した方が良いと思う。雑貨の中には必要な製品があるかもしれないが、繊維はない。

・ アメリカでは燃焼性に対する表示やひもの長さについての制限がある。ただし、家表法とはズレるのではないか。

・ 繊維も雑貨等と同じ一つの法律に入っている。他が品質とは安全性を含めたものであるというのなら、繊維だけ外すというのは違和感がある。消費者が安全を求めているのなら考えざるを得ないのではないか。

・ 品質は安全も含めての品質という考え方があってもいいと思うが、それを法律で記載を決めるのは疑問。

・ PL 法は具体的に表示内容について書いていない。
・ 雑貨は入れる方向になっているのか。

事務局：雑貨の議論では検査機関、小売などから総論として最低限のところを盛り込んではどうかという考え。

・ 雑貨では取扱／使用上の注意＝家表法と考えているのでそうなるのだろう。
・ JISで希望があるのは、危険性について、燃えるもの（防炎性）の表示、事故例からの「こども服の ひも」などである。衣服の安全性に関するJIS化を考えられないかとは言われている。ヨーロッパではこどもの安全についてENで議論されているので、JISにできるか検討中。家表法に入れるかどうかの答えを出さねばならない。
・ 電気機械器具は電安法があるからそちらに任せられるということ。雑貨はないから包括でということか。

事務局：雑貨の安全に対する考え方は現行制度の中にも反映されている。考え方として品質のなかに安全の観点があるのはいいが、現実的に何も起きていないものに対して、これも危ないとなると PL 法と変わらないという印象を受ける。

・ 同じ商品を海外に出すときは書く。日本では法律にないから書かないというのはどうか。
・ 安全性を見込んで、別な法律で対応してもらった方が良い。
・ 受け皿になる法律がない。
・ NITE の事故情報を見ても繊維製品はない。

4） 具体的な見直し事項について

事務局：本委員会での議論における状況の整理について。消費者に分かりやすいもの、時流にあったもの、事業者の自由度の高いものにするとして見直しを行っていく方向性である。これ以外の見直しの視点はあるか。

・ 時流に合った見直しに関して、今は政令で決まっている部分は見直しができない。法律になってしまって時流に対応しきれない。規定の段階まで落とさないと。

事務局：それがある限り縛られて動きづらくなっている。

・ リヨセルなど身動きできない状況。細かいものまで政令に書く必要はなく、規定で充分では。柔軟性を持てる形にならなければ身動きができない。

事務局：本委員会の位置づけとして、短期的な見直しだけでなく、中長期的にどう見直すかという提案を行う場としている。実際に困っていることをご指摘いただきたい。

・ 政令なので指定用語が変えられない。
・ いらない指定用語がある。減らせる方向。
・ 使えるものだけにして大幅に見直せる。規定ならば変えられる。

事務局：繊維では表示の基となる基準が古いというような問題はないか。

・ 繊維はあまりない。基準として問題なのは撥水だけ。
・ 機能表示は撥水に限らず、今はいろいろある。撥水だけ取り上げるのはどうか。それに撥

水の基準が低い。実際のメーカーの自社管理は高いレベルで行っている。

事務局：撥水と指定用語以外で現状の問題になっているところはないか。

・ 特例が消費者にとって分かりやすい表示なのかどうか。

・ 合成皮革と人工皮革の部分はなんとかして欲しい。

・ できたときから分かりにくい。

事務局：具体的に見直すときの見直し方として。雑貨に関してもアパレルの意見も取り入れて欲しいということは、取扱量の多いところについては、意見照会ができる仕組みが必要ということでいいか。小売は必要ないか。

・ まずはアパレルで良いと思う。

事務局：逆に繊維について他の業界に意見照会をする必要があるか。

・ クリーニング団体と消費者団体の意見を聞いては。

・ クリーニングの意見を聞くのはいいと思う。

以　上

合成樹脂加工品分野における準備委員会

第一回　準備委員会　議事録

日時　　平成 23 年 11 月 11 日(金)14:00～16:00
会場　　東京海上日動リスクコンサルティング(株)第一応接室

討議・意見交換

1）　昨年度の調査結果を受けた感想(家表法全般)

事務局:昨年度の内容や調査結果についてご意見を頂戴したい。

- 調査結果について違和感はない。全体的に平成 9 年から見直されていないものについては生活の変化にそって見直すべきではないか。
- 電子レンジ、食洗機については対応を検討する必要がある。
- 原産国表示は、輸入する際にメイドイン〇〇と商品にないと、輸入できない。通関時に問題となるので家表法では必要とは思わない。
- 家表法全体の大幅な見直しの必要はないと考える。
- (添加剤については)どこまでやるのか。酸化防止剤、増量剤等々きりがないので、難しい。
- 安全性については食品衛生法でカバーされているので、あえて家表法で表示を求める必要がないのではないか。メーカーの情報開示の点でも疑問。

事務局:表示スペース、刻印する場所についてはどうか。

- 商品に刻印できるものできないもの、表示をしたとしても(表示すべき事項が多く)見えないというクレームがある。
- 容易にはがれないものは商品の美観を損ねて、消費者がはがしてしまうこともある。はがれなくすると「(消費者の)強すぎる」という指摘につながり、はがれれば「(立入検査等で)弱すぎる」といった指摘につながる。
- 文字が小さい表示だとある年齢層には見にくいものになってしまう。現状は刻印と説明書の両方で伝えるようにしている。
- キャラクター商品などの場合は、家表法に沿った表示を行うと、版元から「インパクトのあるデザインにして欲しい」等の要望がありその兼ね合いが難しい。デザインや機能性を生かしたまま(表示については)残していく。
- 輸出品については、アメリカ、ドイツ、ヨーロッパでのシンボルマークがあり、国の文化によって異なる。視覚的に共通性が高いマークを作るのはどうか。
- PL　法との兼ね合いがあり、「してはいけないこと」をもっと表示すべきではないか。ただ、文字ではなくシンボルマークで訴える方が分かりやすいのではないか。

2） 現行の表示事項について（特に電子レンジ、食洗器の表示）

事務局：現状の表示項目について問題点等はあるか。

・ 大きく問題はないが時代に追いついていないところがある。

・ 例えば食洗機の対応や電子レンジを使うときのふたの問題。容器や本体の横に刻印すると、消費者の関心が向くのではないか。

・ 時代に即した微調整をすればよい。

・ 何か書いてあるけれども、シンボルとして書いてあるので、見るのには小さすぎる。消費者は商品を買うときには（表示を）意識していないが、買ったあとに見る。お客様のニーズとしてシンボルマークを共通化して訴えてはどうか。

・ 海外でのマークは、原材料の番号、食品用と、電子レンジ、食洗機などがあり、その国によって基準が違う。国内ではどの基準でマークを付けるのか、基準としてどれにするかハードルが高い。

・ 電子レンジで使用可の表示は、平成 9 年の表示改正の際、メーカーの責任で表示するようになった。電子レンジの JIS（JIS2029）では、JIS マークを付ける際の耐熱温度が決まっているが、家表法で表示する際はメーカーの判断となっている。

・ 添加剤は東京都から組合にいろいろと言われている。抗菌剤、抗菌加工製品について任意表示で行っている。ここまでが限度だと思っている。

・ 食洗機の問題。（食洗機の）メーカーによってはプラスチック製品を入れてはいけないというものもあり、その辺の食い違いがあり、業界の中でも問題になっている。

・ 食洗機は耐久性のこともあり、新品とそれ以外のものによっても違いがでる。表面が劣化するなど、性能としては変わらないが見た目が変わる。それを消費者がどう判断するか。

・ 食洗機の JIS の件。6～7 年くらい前、流通事業者と試験所とでJISで規定が無かった「食洗機洗浄商品の評価方法」について協議された。連続 20 回洗浄して商品の図柄、樹脂、色に変形、変色、異常が無ければOKと判断してはどうか？と言う評価基準が一先ず規定され、家庭用品メーカーはその評価方法を一つの目安にしている。

・ 何回テストを行う事が正しいかの基準がない。公的な試験機関も頭を痛めているのが現状。消費者の使い方にもより、商品の返品などがある。試験方法が確立されていない中で制度だけ決めるのは現実的でない。

・ 補足検査方法、評価基準確立できない理由として

　①食洗機［機器］がそもそも各メーカー様々なタイプがある。

　②使用する専用の洗剤も様々な種類［成分、液性（酸性、アルカリ性、中性等）がある。

　③ご使用頻度、環境（回数、製品を庫内のどこに置かれるのか様々な為）

・ （食洗機用の）洗剤もいろいろあるので、食洗機の性能だけで判断はできない。

・ 食洗機については試験の基準が問題。基準がないのに表示は難しい。

・ メーカーとしては、国のお墨つきが欲しい。

事務局：食洗機の表示は（メーカーとして）独自にやっている状況か。

- PL 法等に則って行っている。耐熱については「食洗機でも使えます」と表示しているが、食洗機や乾燥機を使う際は食洗機メーカーの取扱い方法に従ってという「逃げ」の表記をしている。
- 食洗機自体も洗剤も千差万別。
- 食洗機の普及率の問題もある。本当に普及しているのか。ちゃんと洗えているのか。プラスチックは特に水の跡がついている。

事務局：食洗機可と表示したもので何かトラブルはあるか。

- 今のところはないが、消費者の誤使用でふたの変形とかはある。その際はお客様に説明して対応した。
- 家表法を全般的に考えて、消費者は購入の際にあまり品質情報を重視していない。国内産はハイレベル、ハイクオリティで安心だという意識がある。
- 海外の場合は原材料名の表示か、環境ホルモン類を含んでいないといったどちらかの表示が多い。
- 国産品は安定しているが、輸入品が問題なのでは。
- ポリエチレン容器の色が溶出する事例があった。
- シリコンパッキングが電子レンジでスパークした。
- 輸入品のクレームが多いので、国産品の位置づけと輸入品の位置づけを変えるといった、国産品との線引き、差別化が必要なのではないか。
- 輸入品は安いので、購入されやすい。
- 輸入品はコンテナで買い付けている。
- 材質は悩ましい。国産品ははっきりしているが、輸入品と異なる材料を使用していることがある。混ぜ合わせていると分析しないと分からない。
- 自社ではウエイトの大きいものの表示に絞っている。

3） 指定用語について

- 比重の多いものを書いている方が分かりやすい。
- 飽和ポリエステルの件。表示法では「飽和ポリエステル」が正しい。しかし消費者はだれも知らない名称。（世界的には PET の名称が認知されている）。家表法では、「PET」とすると間違いだが、消費者には理解して頂ける。
- 指定用語を使う事で消費者には分からず[不親切]になるときがある。
- シリコーンの件。シリコンなのかシリコーン樹脂なのかシリコンゴムなのか。樹脂名で足並みの揃っていないものがある。
- 原産地は書いていないと通関できない筈だが、表示のない商品も見かける。
- 必要最小限のものは本体表示が望ましい。
- 決まっていることは表示するが、PL 法の絡みもありどこまで書けばよいのか～と思うこと

はある。

・ お客様に分かりやすいようにメーカーとしての自由度があっても良いのでは。

4） 指定品目及び規格と国際標準・海外との整合性等について

事務局：今の世情にあわせて見直していくのはキッチン雑貨、口に入るものを入れるという意見だったが、それ以外で現状に即していない点はあるか。

・ プラスチック樹脂性の収納用品はなぜ対象品目ではないのか。
・ ステンレス製水筒で二重構造（ストロー立ち上がって来るタイプ）のものも対象品目でない。保冷専用のものは JIS で呼び方すらもない。各メーカーで独自の名前を付けている。保冷性能を表示する際の基準、敷居値がないので（作って）欲しい。
・ 実態として現状にないものは個々のメーカーで「他はどうしてるか」などを聞き合ったり、公的試験所様にも確認したりして対応している。
・ クーラーボックスの保冷の定義はある。
・ JIS、家表法の定義を統一して欲しい。
・ 試験方法を確立するためにある程度 ISO 化が必要だと思う。

事務局：表示する側として、なんらかの取り決めが必要ということか。

・ 基準があればそれを目指す。メーカーとして自分が今どの位置にいるのか知りたい。基準として、みんなが指針にしているものを通っていますよ（クリアしている）という統一した何かを決めて欲しい。輸入品、輸出品も通ったものしか流通していないというルールが必要。
・ 日本の試験方法は海外でも通じるか。

オブザーバー：国内では JIS の規格がある。

・ どんな基準で海外のマークがついているのかが分からなくて困ることはある。
・ 国際的整合性も盛り込む必要があるのではないか。
・ 日本の基準が甘いわけではないと思う。
・ 消費者庁：合成樹脂加工品だけでなく、家表法として全体を見て、長い目での国際的な観点が必要だと感じている。
・ 商品を輸出する際の試験方法が国によってまちまちである。相手先の国の試験も必要とされている。それも見越したうえでの国内での線引きを希望する。EN、FDA などを考慮して、JIS、家表法、食品衛生法内で統一をして欲しい。

事務局：耐熱温度について。電子レンジ可の表示で、耐熱温度が高いほうが良い製品であるという認識があり、耐熱温度が高いイコール品質がいいものであるという取られ方をされていると聞いた。耐熱温度そのものの表示ではなく「電子レンジ可」としたほうがいいのか。

・ JIS では決まっているが、メーカーで耐熱温度にこだわってものを作っているわけではないし、競い合っているわけではない。

事務局：温度の競争は現状ではないということか。

- （温度の競争は）ないと思う。
- 食卓用台所器具等の容量表示を必要としないものがある。コップや保存容器等は容量表示が必要なのではないか。実際には表示しているが、文言として「必要としない」というのはおかしいのでは。実用量は水で測るので、ゴミ箱などは、水をいれた容量と実際の容量の誤差が生じる。
- 試験方法が社内でもめたりする。表示の誤差のプラスマイナスに収まっていればよいかという判断。
- 評価する際は荷重をかけるので、実際とは違ってしまう。評価の指標がないので難しい。
- 耐冷温度も難しい。抽象的なのではないか。
- 食品包装用のラップが対象品目になっていないのが不思議。
- 消費者庁：ラップは東京都の条例しかない。
- ポリ袋の耐冷温度の表示は疑問に思う。

以上

合成樹脂加工品分野における準備委員会

第二回　準備委員会　議事録

日時　　平成 23 年 12 月 14 日(水)14:00～16:00
会場　　東京海上日動リスクコンサルティング(株)第一応接室

討議・意見交換

1）　家表法の普及啓発について

事務局：家表法や関連する法律を知らない事業者に対して家表法の普及啓発にどういったことがあるか。

・　「製品を輸入したがどういう表示がいるのか」という問い合わせがある。概略は話すが、詳しいことは消費者庁：の HP を見て疑問があればそちらに質問して欲しいと伝える。問い合わせてきた事業者が組合に参加するケースはない。

事務局：表示が必要という認識があるが、それが家表法に基づくものという認識がないということか。

・　自分がどういった表示をしなければいけないかが分からないということ。品質表示は国のどこが所管しているかわかっていない。
・　問い合わせは輸入業者が多い。国内メーカーは概ね理解していると感じる。
・　事務局：表示の仕方が分からないということはあるか。
・　他のメーカーの製品を見れば、おぼろげには分かる。ただ、いざ自分が販売する時にマネではマズいと感じて聞いてくるのではないか。

事務局：普及啓発の在り方としては、家表法の HP やガイドブックの充実及びそれらの認知を高めるといったことが中心であると考えるか。

・　立入検査において簡略表示を知らずに不適切な表示との指摘を受け取引に支障をきたすという事例があった。立入検査を実施する人への教育も必要ではないか。また、事業者も罰則がないのを良いことにいい加減な表示を行っている例もある。

事務局：罰則がいいのか、試売等で不適切な表示をしているところを公表するのがいいのかどちらが適当か。

・　一目瞭然のマークのほうが早いのではないか。

事務局：事業者の立場としてどうか。

・　大半は適正な表示をしているが、外国語の表示をそのままに販売している製品も 2 割くらいある。そういったものを仕入れることを容認し、店頭に並べたのは誰かということも重要。
・　大手スーパーでも「この品質表示で良いの？」というような製品を販売している例がある。

事務局：普及啓発でいうと、小売の品質管理やバイヤーなどにも家表法を理解させた方がい

いということか。

- 悪意のない事業者に対しては緩やかな啓蒙活動を行う。「消費者に商品の情報を提供するために家表法があること」、「表示していないものを売ってはいけないということが法で定められていることを知っていますか」というところから始めてはどうか。

事務局：ゆるやかな啓蒙啓発の意図は。

- そうしないと追い付けない人もいる。

事務局：はじめに取り締まりありきではなくて基礎の基礎からやる必要があるのか。

- HP を見てもどうしてよいのか分からないという人はいる。また、流通事業者も食品には敏感でも、雑貨品や合成樹脂など表示については十分な知識がなく正しい表示が行われていると思い込んでいることがある。きちんとした表示の製品を消費者に提供する販売者であってくださいといった緩やかな普及啓発は有効ではないか。流通も海外に進出しているのでそれとつながる話に。

2） 表示を守らせるための取組

事務局：故意に不適切な表示を行っている事業者には罰則や試買試験が必要ということはあるか。

- チェックしないと野放図な状態にある。TPP で世界中から安かろうというものが入る。安全の担保をどうするのか。
- 品質表示もそうだが製品安全にも関わる問題。正直者がバカをみないようにする必要がある。適正な情報、知識を得て取り組んでいる事業者とそうでない事業者とを区別して欲しい。消費者はデザインや色、価格をもとに製品を選択しており、製品の安全には着目していない。製品の安全を追求するとコストが掛かり、安いモノは作れない。品質表示に加えて安全の目印として分かりやすいマークを作り、消費者の購入の際の目安になると良いのではないか。

事務局：マークを付ける基準などはどう考えるのか。

- （事業者向けに品質表示、安全性に関する情報を積極的に提供している）業界団体に対し、所属している事業者にマークの貼付を許すとしてはどうか。
- ホームセンターや 100 均ーショップの店頭など、品質表示のない商品を目にする。表示をすることで安全・安心かつ良品であるという証明するような識別効果のあるものが必要ではないか。

事務局：合成樹脂だけではなくほかの品目でも共通で付けるということか。

- プラスチックに限らず団体に所属しているというところはあった方が良いのではないか。TPP でこれから海外からの製品の流入が増えることが予想される。製品だけを見ても消費者はそれが安全なものかどうか判断がつかない。識別マークをつくり、それを消費者庁：が中心になって消費者に対し普及啓発していくことも必要ではないか。

事務局：安全であることをどうやって担保するのか。

- 試買試験などを行い、マークが付いているものが安心であり、そうでないものは問題となれば良いのではないか。そうすれば品質表示そのものも必要であるという認識が事業者、消費者双方に浸透するのではないか。

事務局：事業者の立場としてどうか。

- 業界団体に入りたくても、推薦者の援助がないから入れないという団体もあり、敷居やハードルが高い。業界団体とマークを連動させることが適当かは考える必要があるのではないか。

事務局：故意に適正な表示してない事業者にはどう対処すべきか。

- 小売業界、問屋業は日本国内で表示義務を通達すれば是正はする。問題は輸入業者。食品用の容器などは通関の際に、食品衛生法の試験を通らなければ輸入できないという仕組みになっている。同じように表示をされてないものは港で止めてしまうという仕組みをつくってしまえば、根元から断てるのではないか。輸入させないのではなく、表示を是正させ、正しい表示が必要であることを認識させることにも繋がるのではないか。

事務局：水際で不適切なものは入れないということ。それが認知を高めることに繋がる。

- そして、次回からは適切な表示で対応していただくということ。
- 輸入する際に、全てではなくてもサンプリングすれば良いのでは。スムーズな通関ができなければそれは実質的なペナルティ、損害になる。輸入者自身が痛い目をみるので、抑止力になる。
- 通関業者の教育の手当てをしてはどうか。輸入業者に品質表示法があるということを知らしめると。検疫でやるのは難しいのでは。
- 実際の運用とは別にルールとして、表示が貼ってないものは水際で入れないというのも良いのではないか。それであれば特段の教育は必要としない。また、輸入製品に対しては 1 回目だけ行うなど。制度化されるとアナウンスがあれば、商社等の表示の動機づけにはなる。

3） 安全、デメリット表示等について

- 消費者の意識調査をみても合成樹脂で品質表示を意識している比率は 2 割以下。5 人にひとりいるかどうか。安全安心なものだという認識のもとにたってしまっている。何かのアクシデントがないとそういう認識を変えられないのではないか。
- 消費者が品質表示を見るのは、繊維は洗濯するからで、ガラスの耐熱温度は使うから。自分の目的でしか見ない。表示が製品の安全に繋がっているとの認識が消費者にはない。それを分からせるための識別マークが必要では。
- アクシデントがあって初めて表示を見て「こんな小さい表示なんか読めるか！」といった話になる。色々なものが増えてくるので、注意表示の項目は小さくなってきている。表示のガイドラインがあれば助かる。現在の表示はメーカーが自分たちで考えて作成している状態。標準的なものがあればお客様の安全を守ることにもつながる。

・　組合員に 100 均のメーカーがいる。メーカーから注意表示について「こういう表示をしたほうがいいですか？」という相談を受ける。事故が起きればメーカーの責任になるので、書いておこう、となる。安全面ではメーカーは慎重にならざるをえない。

事務局：安全の情報を家表法で規定すべきなのか。その位置づけはどうか。

・　製品のサイズが様々デメリット表示を製品のなかにいろいろな大きさがあるので、限界がある。製品として成り立たないこともある。

事務局：逆に法律でこれを書け、あれを書けとなっている。家表法に関わらず PL 法があるので書かざるを得ない。製品の特性によって違うので、そこは自主性にまかせた方がいいのか。

・　デメリット表示の注意喚起の件、最低限のラインはこのままでいい。冷水筒は事故があったので、ある程度の表示は必要。増やすのには限界がある。注意表示については、現状以上に増やす必要は感じない。

事務局：安全も最低限は表示を義務付けるという形をとった方が良いというところか。

・　製品に応じてデメリット、注意して欲しい事項はメーカーの裁量で刻印とか取説でやることを奨励する。メーカーとして、どこまでやるか、商材によって調整する。個人の影響を与えるものはメーカーで追加表示をしなさいということがいいのでは。時代とともに製品が変わってくるので。要はお客様に知り得たい状況で伝える必要がある。家表法にないものができた段階で適切に表示をする。こうすべきと指摘があれば速やかに表示するというスタンスはあるので、キーとなるところを決めて欲しい。安全財産に関わるところは表示をしていきなさいということ。

事務局：他の準備委員会では表示をシンプルにしてはとあった。合成樹脂はどうか。現在の状況でシンプルといえるのか。情報量は適正か。

・　一概に言えない。表示の内容としては材料、樹脂名が中心。

事務局：現状はそれほど複雑ではなく、現行は問題ないというところか。

・　立ち入り検査をする人がわかってないと困る。

・　「火のそばに置かないで」という表示があるがプラスチックの特性がよく分からないので、燃えるものだという認識を与えるために付けたと聞いたことがある。

・　最近では、熱で変形するから近づけないと理解している人が多い。給湯器など風呂場に火の気がなくなっている。

・　生活環境が昔と変わり、必要がないものが死語のように残っている。状況が変わっているものがたくさんある。ポットも保温だけではないし、シリコンもたくさん出ている。そういうものを適切に表示できるようにしておけるのはありがたい。

事務局：いちいち法律で規制する必要があるのかどうか。

・　メーカーが自主的に考えるとしても、参考事例をピックアップしてはどうか。

事務局：国際的な整合性など、実態として事業者の負担や困っている事例を提示して欲しい。

- 国際的な整合性として、シール容器、タッパについてのレンジ対応の温度が違う。JIS では 140℃、アメリカは 120℃でレンジ対応ということになっている。
- ドイツもレンジ対応の温度は日本より低い。
- 規格内容としては ISO と JIS は整合しつつあるので問題ないと思うが、レンジ対応はワット対応が違う。
- 各国の規格が違う。

以上

電気機械器具分野における準備委員会

第一回　準備委員会　議事録

日時　　平成 23 年 11 月 30 日（水）14:00～16:00
会場　　東京海上日動リスクコンサルティング（株）第一応接室

討議・意見交換

1）　昨年度の調査結果を受けた感想（家表法全般）

・　省エネ法と家表法の両方で指定されている品目については、省エネ法に集約してはどうか。両方の法律にまたがっていると見直しの際に事務的な負担や時間も余計にかかり大変である。平成 9 年度の改正時に電気機械器具については、問題がなくなったら削除、除外すべきだという指摘があった。実行に移して欲しい。

・　一般の方々がご覧になるのはカタログ。事業者の自主的な取り組みによる表示でほぼまかなっていると解釈している。

・　昨年度の調査において、消費者が商品選定時に品質情報を最重視している比率は家電では 2%と低い。消費者が本当に望んでいる機能の情報はカタログ、宣伝等で紹介されている。

・　省エネに関する表示は重要だから、それらを省エネ法で残すという考え方もあるのではないか。

・　電機は他の品目と異なる。消費者は、繊維では組成や洗濯絵表示、樹脂製品では耐熱温度などを見て購入するが、電気機械器具に関してはあまり見ない。品目で考えた方がいいのでは。

事務局：表示事項に関し、消費者団体から外した方がいいという指摘があったのは電気機械器具の「区分名」くらい。分かりにくい表示はなくして欲しいという意見は見られた。

・　区分名。改正のときに消費者団体から、もっと分かりやすい区分名を付けられないのという話があったのは記憶している。記号なので、消費者団体が言うように分かりにくいところはある。テレビ購入の際は、まずは型、値段があり、値段が同じならば省エネ性能で選ぶ傾向がある。最近はネット購入やネット上の口コミ情報で購入を判断している例も増えている。ネットの口コミには品質に関連する情報も見られる。

事務局：ネットは見る。重視するという意味では価格、機能だが、ネットの口コミ情報も購入に当たっての影響度は高くなってきていると思われる。

・　品質情報の発信という点でも気にしておくべき媒体。テレビに関しても省エネ法と一本にしてもいいと感じている。

事務局：家表法と省エネ法でそれぞれ規定されることで現実的な大きな不都合はあるのか。

・　不都合というより、一本化の方向で見直して欲しい。長期使用製品安全表示制度とも重

なる部分がある。参照しあう形となっており、改正する場合の手続き、プロセスが複雑である。

事務局:家表法の対象から除外するといった際、海外製品はどうかという話になると思われるが、その点はどうか。

・ 電安法があるので安全の面では問題がない。性能の表示では省エネ法がきちっとあれば。高精彩のものの表示をどうするかだけ。それは性能をきちっとすればいい話である。

・ LED は一律に決めてしまうのは問題がある。そういったことを含めて私見ではあるが、電気機械器具全体を対象から外しても良いのではないかと考えている。

事務局:他の分野では、指定品目に関し、個別の品目について指摘もあったが、電気機械器具についてはどうか。

・ 個別の商品を入れる入れないの議論より、電安法との統一を考えた方が良いと思われる。

事務局:他の分野で議論をした際、安全に関する事項についても表示に含めてはどうかという指摘があった。電気機械器具においてはすでに電安法で安全に関する表示が行われており、あえて家表法に含める必要がないというという理解でよいか。

・ 電安法は表示というより製品の安全、火災にならない、感電しないといった品質面、ハード面での観点のものである。一部、年数表示があるがごく少ない。取扱上の注意表示という観点ならば、電安法ではなく、各社自主的に安全表示をしている。また、業界団体がまとめて安全表示に関するガイドラインを定めている。根本にさかのぼると平成 6 年の PL 法対策で各社が安全表示を行うようになっている。

オブザーバー:重複の議論をするに当たって、現行の家表法の制度と電安法、省エネ法がそれぞれ 省エネ法ではどの点で重複しているのか、仮に家表法の対象から削除した際に抜け落ちるものは何かを整理した方がいいのではないか。電安法で表示を義務付けられているものはあまりない。

事務局:重複に関しては次回整理して提示する。次回、確認をお願いしたい。重複する法令を統一しない場合、どういう不利益があるのか。

・ 法令を見直すに当たって、省エネ法と家表法でそれぞれ同じ作業をすることになる。

・ 省エネ法の場合は経産省の審議会があり、消費者団体も入っている。議論して積み上げて省エネ法が答申されてパブコメが出されるとなる。

・ 家表法に関して、それとは別に、消費者庁で消費者団体とか中立者とかがいる消費者委員会で同じことを議論する。そこで経産省と違う議論が出ることも想定される。

・ 省エネ法で一本化してしまうべきではないか。

・ また、省エネ法の施行日と家表法の施行日がずれると大変な負担、影響がでる。

・ 消費者庁:表示項目は決まっている。法律が異なることによって製品を供給するのに実際に不都合があるのか。法律が分かれていることによる不具合はあるか。

・ 対象範囲が変わる場合がある。例えば電子レンジ。業務用を対象にするか、大きさはどう

するかといった議論があった。家表法の電子レンジの範囲と省エネ法の範囲が同じである保証はどこにもない。見直す際も一つで解決した方が思わぬトラブルにならないのではないか。

・ 新しい製品が出てきたときの対応。これは対象製品に含まれると思うがこちらには含まれていないと思うようなときにどうしたらよいのか。今は問題がなくても今後出てくる可能性がある。

事務局：新しい製品の場合、どこにあてはまるかは他の分野でもある。家表法の品目を増やすということになるのか。

2） 新規参入事業者の実態と業界団体としての情報開示について

事務局：従来のアウトサイダーが製品を取り扱い、表示者となるケースがある。家表法の存在すら知らない事業者も多く、そうした事業者に対する普及啓発が一つの課題となっている。業界団体に加盟していない事業者による不適切な表示の事例などを聞くことはあるか。

・ 昔に比べると流通、量販店が強くなっている。量販店のバイヤーがきちんとしていて商品を仕入れるときにあまり変なものを輸入しない。表示もきちんとしているものでないと扱わない。ホームセンターのようなところは分からないが。ただ、比率としては量販店やメーカーの系列ショップが多い。電気機械器具はあまり問題がないのではないか。

・ 電気毛布とか電気ポット、ホットプレート、電気湯沸かし器は会員でないところが多いように思う。テレビについては、地上デジタル放送の関係で B-CAS カードが必要となるので、輸入製品をそのまま販売することは現実的にできない。

オブザーバー：電気機械器具に関連して、家表法の違反であがってきている事例はあるか

事務局：ない。靴とか雑貨とか小さいものは見受けられる。海外で売られているものを日本で売るという感覚。

・ 家電製品協会に「表示は法律なのでしょうか？」といった問い合わせが輸入事業者から、月に数件ある。全く知識がないレベルの人も存在する。

事務局：業界団体として事業者に対し、表示等について支援するような取り組みはあるか。

・ 参加企業については、業界団体として発信しなくても法律の改正など事前に把握している。

・ LED という新しい商品が出てきてどういうふうに表示すべきかとかの議論はあった。表示に関するガイドラインを工業会の自主基準として定めた。内容は HP 上に公開している。外部の方はそれを見ていただく。

事務局：テレビの4K、8K を内部でいろいろ議論されているようだが。議論された結果は会員やそれ以外にもアナウンスしているのか。

・ ガイドラインという形で公開している。カタログとかに記載すべきこと。法律に則って、具体

的にどのように表示していくかなど。

事務局：どちらの工業会でも情報は公開していると思われるが、アウトサイダーでも HP に行けば適切な情報が得られるという状況になっているか。

・ 外部に全て情報を公開している訳ではない。団体に参加してもらうのが基本。

・ １００パーセントではないが、HP 上に通販でガイドラインを購入できる状態にはなっている。

3） 消費者の関心がある表示について

・ 消費者は電気製品については安心安全という認識をしている。品質関係で表示して欲しいのはこういう事項だというところが明確にあれば。そういう情報が欲しい。家表法の項目のかなりの部分は必要ないのかもしれない。

事務局：消費者がどういう項目を見ているのかは次回具体的に提示したい。消費者が見てない情報、参考にしていない情報があれば不要ということで落とすということなのか。

・ そう単純には行かないと思う。

・ 省エネに関しては省エネ性能カタログがある。それを見ると省エネについて書いてある。店頭にたいてい置いてある。そういったまとめたものがあれば支障がないのではないか。

事務局：細かい数字でなくて、省エネ性能表示のように消費者は星の数で判断できるのであればそれでいいのではという判断はあるか。他分野では家表法は品質表示だが、安全の要素を盛り込むべきではないかという指摘があった。電気機械器具に関してはどうか。

・ 安全の表示のガイドラインは家電製品協会でパンフを作っている。会員企業でなくても一般の方でも見られるようになっている。業界自体はガイドラインをもっている。一般的には家電製品協会でやればなっている。時々家電製品業界外の人からも相談はある。

・ 家電製品協会も消費者相談室がある。品質表示に関係することでの消費者からの問い合わせは記憶にない。故障とか修理といった話が圧倒的に多い。企業の相談センターも品質表示に関する問い合わせは極めて少ない。

・ 3 年くらい事務局：をやっているがそういう話を聞かない。今、問題はないのでは。

事務局：問い合わせで電機に関するものはほとんどない。輸入して売ろうとする際にも白物というよりはもっと小さいもの、ジューサーとかの表示で、特に製品の定義について。ただ件数は少ない。

・ 家表法としてのくくりはないが、省エネ法ならある。エアコンの省エネの基準とか。家表法の問題だとは思っていない。他の雑貨とかに比べると省エネとかの部分だけ。

以上

電気機械器具分野における準備委員会

第二回　準備委員会　議事録

日時　　平成 23 年 12 月 15 日（火）10:00～12:00

会場　　三菱ビルコンファレンススクウェア　M＋　ミドルルーム3

討議・意見交換

1）　電気機械器具を家表法の対象から外した場合について

・　照明明器具はほとんど電安法と重なっている。お客様にどの程度表示が必要なのかを確認する必要がある。

事務局：電気機械器具を家表法の対象から外した場合にどういった影響が出るか。外れても自主的な表示はされ、消費者が困惑するという状況はないように思うが、どのような影響が考えられるか。

・　家表法の対象から外しても従来どおりの表示が行われ、消費者に実質的なデメリットはないのではないか。

・　対象から外れた場合は家電公取協の製造業表示規約でカバーすることになる。

・　表についてはもう少し見やすいように工夫して欲しい。

・　製造業表示規約、家表法をどこかに書いておいたほうがいいのでは。

・　製造業表示規約の言葉の略し方は「製規」でどうか。

・　家表法から電気機械器具を外していくという話は希望するが、本委員会にはどのような形で提起するのか。

事務局：時流に合った表示へと見直す、といった事項の一つとして、消費者の使用実態と購入実態、過去の議論も踏まえてはずしてもいいのではないかという形で本委員会に提案したい。

・　自主的な取り組みというと製造業表示規約は家電公取協に入っているところだけになるので弱い。充分な裏付けになるかどうか。自主的な取組について何かわかるような、消費者からみて表示をみて困っていないというアンケートがないと。

・　このアンケート調査では弱いのでは。一桁のパーセンテージでもいるものはいる、それでも必要だと言われかねないところ。

・　任意表示の取組状況について。昨年度の調査結果で電気機械器具の 95%が行っていると出ている。この数値が高いということを示さないとなぜ電気機械器具だけ除くという根拠として耐えられないのではないか。電気機械器具は各社がそれぞれの立場でカタログや取説をつくっている。他の品目に比べても充実しているこうしたことを具体的に示す必要がある。

事務局：昨年のアンケート調査で、どういった媒体でどのような情報をのせているかといったことを確認した。そうした情報は示せると思う。

・ 電気機械器具については、「時流に合った表示への見直しの1つではなく」、明確に家表法から外すという形で提示しないと議論にならない。
・ メーカーや小売事業者の取組、自主的な取組が進んでいることの裏付け、根拠が示せると良い。

事務局：本委員会は見直しの方向性を検討する場であり、3 回の会議の中で具体的な見直しの結論を出すわけではない。結論を出すために詳細な調査等が必要なら今後考えていくという形でもよいと考えている。

2） 普及啓発について

事務局：事業者は公取協、各業界団体に加盟していれば自主的な取組は進んでいると思うが、それ以外の事業者への支援やサポート等の具体的な取組はないか。

・ 家電公取協のイエローブックがある。表示に関する詳細な情報が書いてある。
・ 事業者向けの説明会もやったことがある。
・ 規約違反疑義事項を家電公取協が HP で公開するようにしている。月に 1～2 件程度公表されているようだ。

事務局：違反していることを摘発、確認をして公表する仕組みがあるということか。

・ そのとおり。表示委員会ではそういう話がある。
・ 家電公取協に加盟していなくても情報は HP で見られるし、イエローブックは一般にも販売している。

3） 電気機械器具における表示事項について

・ 消費者が表示を見る内容が、購入時と使用時で異なる。必要とされる表示は状況によって変わってくる。例えば消費電力は常に気にするが、テレビの受信機の型サイズは購入時に見たらそれ以外は見ない。時間的な要素もどこかに考慮が必要ではないか。本体表示はなくとも、小売事業者の店頭表示でカバーできる部分もある。テレビの型サイズについては表示の対象から外しても良いという議論があってもよいのでは。

事務局：使用中に必要な情報であれば取扱説明書への記載で十分ということはあるか。

・ 家電と繊維は違う。繊維製品はアイロンがけのときなどに見る。
・ 電気製品は外してもあまり影響がないのではと思う。
・ 購入のときに確認できればいい。POP も含めて、店頭で表示を見れば十分ではないか。後は設置に際して寸法を気にするぐらい。性能は大丈夫だろうという意識なのではないかと思う。一時、原産国表示について消費者が気にする時期もあったが、現在は海外で作っている製品が当たり前になっている。かなりの部分は不要ではないか。

事務局：家表法の主旨として消費者の利益保護がある。家表法の分野によっては安全の情

報を盛り込むべきという意見がある。

- 安全は電安法で対応すべき。利益を損なうという点に焦点を絞るべき。この表示がないと買ってから利益を損なうものは何かという観点。
- 冷蔵庫は搬入、設置するに当たって寸法は必要。
- ただし、家表法で規定しなくても書く。それがないと売れないので自主的に書く。売るための手段でもある。洗濯機で困っていることとしては、防水衣料を洗濯機で洗うと事故が起きること。洗えないものを繊維の方で「洗えない」と書いて欲しい。JISとISOの統一もお願いしたい。

以　上

雑貨工業品分野における準備委員会

第一回　準備委員会　議事録

日時　　平成 23 年 11 月 22 日(火)10:00～12:00

会場　　東京海上日動リスクコンサルティング(株)第一応接室

討議・意見交換

1）　昨年度の調査結果を受けた見直し事項についての指摘

(遵守事項・規格について)

事務局：昨年度の調査結果についての疑問点・感想などはあるか。指定品目について横並びで見た場合、例えばバッグとかばんなど、実際の店頭で接客する際に説明しにくいという指摘があった。現行の指定品目で追加や、分かりにくいことなど感じていることがあるか。

- 試験機関としては、大幅ではないものの、少し変えた方が良いという意見。細かいところで規定がなかったり、規定が古い、曖昧等で評価が難しい部分がある。
- 試験方法は JIS に従っている。しかし、JIS も頻繁に改定しているものもあれば、見直しが行われず、規格が陳腐化しているものがある。
- 検査機関は、表示に必要な事項の試験結果(数字)を依頼者に提供している。規格が実態に合わず悩むことがある。
- 歯ブラシの表示について。毛の硬さは、JIS 規格では 7 ミリにカットして試験しなければならない。検査方法が面倒。JIS 規格のなかでは軟らかい、固い、どちらでもとれる。表示はどちらでも可能。時代に合っていない JIS の一例である。歯ブラシは表示をみても意味がない。こういったことは JIS ではけっこうある。JIS に検査方法を委ねているのはどうかと思う。

事務局：JIS の見直しは行っているのか。

- 石鹸洗剤の JIS は多くない。3362 とか。中には試験方法が古いものがあるので JIS の委員会で改定の検討をしている。JIS と現状がそぐわないところもあり、JIS は JIS で見直している。

事務局：JIS と家表法の見直しの順番はどうなのか？

- 家表法の拠りどころが JIS である場合はJISの見直しが先になる。
- 拠りどころなら JIS を見直さざるを得ない。家表法に限らず、SG マークなどを参考にして安全データをつくっているところもある。

(指定品目、表示事項について)

- 販売の立場からみると、接客時にお客様への説明に窮する場合がある。
- 例えば靴は合成皮革だけが対象。革製品も材質によって、手入れ方法が違う。販売時に

素材が何か分からず困惑する場合がある。

- かばん、ハンドバックの違いも困っている。ウレタンの劣化の問題は、靴の底材だけでなく、バッグにも関係している。そうした点も表示に加えてもらえるとありがたい。
- 新しいものがたくさん出ているので、その対応や、会社によって表示についての対応がいろいろ。輸入やアパレルメーカーが雑貨を扱うといった取扱製品の拡大によって、家表法そのものを知らないアウトサイダーが表示者になるケースがでてきている。事業者への啓発が必要ではないか。

事務局：消費者から表示に対する問い合わせは多くみられるのか。

- 消費者からは素材、手入れ方法について聞かれることが多い。
- 家表法の取扱注意は表面的な説明のみで、具体的な取り扱いについて記載している取扱説明書（取説）と齟齬をきたしているものが一部に見られる。この点も問題だと感じる。

2） 家表法の事業者への普及啓発について

- 通信販売では、実物を手にすることはできないので表示が全て。全ての商品が家表法に基づいて表示しているかをチェックする。
- 一部に家表法について知らない事業者がいる。ただ、知らないことが製造事業者の責任なのか。必ずしもそうでないのでは。
- 輸入事業者や取扱製品の拡大、異業種参入などによりアウトサイダーの参入が増えている。法令の内容の見直しだけでなく、それをどうやって事業者に普及啓発していくのかを考える必要がある。
- ハンドバックや帽子など、表示義務はないといわれると対応に困る。表示が義務でない場合（製造事業者に）お願いして付けてもらうことになる。類似品目の平仄を考えて、表示対象とするかどうかの統一は必要。
- むしろ普及啓発の方法論をもう一度考えてもいいのではないか。
- ハンドブックの QA を充実させるなども一つの方法ではないか。

事務局：事業者に表示をお願いするとのことだが、家表法の指定品目かどうかで違いはあるか。ルールを決めるだけでなく、ルールを守らせる仕組みが必要ということか。

- ・ 表示を付けるのが面倒というより、表示を付けることを知らないということがあるように思われる。

事務局：表示について事業者から相談を受けたりすることはあるか。

- 指導する立場ではないので、質問があればアドバイスをする程度。法律解釈は行政が行うもの。

3） 指定品目外の商品への対応

事務局：表示対象になっていないものの表示を現状ではどうしているのか。

- 自社基準がある。例えばハンドバッグなどは家表法に準じて付けてという「お願い」のレベ

ル。なかなか難しいところがある。地方の物産展のユニークなものは小さな事業者で知識がないので、自社で表示を作って渡すこともあるなど、個々の対応になる。知らなくても話せばやってくれる。表示のレベルは事業者によっても違う。法律に指定されてないと強制はできない。

・ 家表法の対象となっていると、言い易いが、それ以外だと強制が難しい場合がある。場合によっては自社(小売業者)で、独自の取説などを作ることもある。

事務局:家具だとベッド、食器棚は対象になっていないが、家具について国内メーカーはしっかり表示している感があるか?

・ 家具メーカーや販売店では、耐久性の検査を自主的にやっている。JIS に強度の基準があるので、検査を依頼される。家表法は寸法等しか義務がない。
・ (自社の場合は)通販なので引き出しの強度とかが問い合わせがくる。品質がばらついている証拠。その商品の丈夫さを測るものは耐荷重であり、お客様が気にするので、バックデータとして持っている。
・ 場合によって検査費用を輸入元が負担することもある。家具は輸入品が多く、特に価格の安いものほど輸入品の割合が高い。
・ ホルムアルデヒドのチェックも必要。
・ 輸入品でも表示の義務がある。
・ 企業内の社内での基準をつくっているが、それは JIS の数字をなぞっているようだ。

4) 家表法のあるべき表示事項について

・ 警告表示について。家表法以前の問題。トピックとして出てくるので、法で強制できる幅ではない。事業者が PL 対応の観点からも、表示する必要がでてきている事項は増えている。

事務局:家表法の枠なかでの見直し、それ以外のところでの見直し、新しく警告表示とかを家表法の表示事項に加えたほうがいいか。

・ 単に表示事項に加える加えないといった議論ではなく、家表法の原点に立ち返って線引きを考える必要があるのではないか。一部に警告表示と思われるものが見られるなど、家表法の品質表示が分かりづらくなっている一因。家表法のカバーする範囲の表示の明確化が必要。それ以外は何の法律に基づくのかなど。

事務局:家表法の線引きはどうあるべきか。家表法の要素として必要なこととは何か。

・ 製品として最低限必要とされるもの。どんな材質を使っているか、熱はどれくらいかけても大丈夫といったようなこと。それだけをみれば最小限の安全確保、用途に困らない、設置に困らない等。
・ 現品に近いところに表示しなければならないというところに法律としての意味があるのでは。
・ なべの強度。安全。家具は人が乗らないと決めているので表示義務がない。ものによっ

ては他の法律とラップした表示をしていて無駄。単位など書いてあるが、一般消費者が見ても分からない表示では意味がない。

事務局：洗剤は全成分表示の指摘があるが？

- 11 月から成分情報の開示を自主的に行っている。
- 本来ならラベル表示すべきではという指摘もあるが、小さなラベルに表示してしまうと他の重要な情報が入らなくなってしまう。
- ラベルではなく web 上で、成分名称や成分の機能或いは配合目的に関する情報開示を行っている。成分名称は家表法に基づく名称を使用する。該当する名称が無い場合は化学名等を使うことになるが、一般の方々にあまりなじみが無いので、分かりにくいかもしれない。
- どこまで開示すべきなのかを考えると、今の家表法で成分開示としてはちょうどいいのでは。
- 消費者からの問い合わせは今のところない。

事務局：全成分表示でラベルの見直しとかは行ったか・

- 特にない。先行している米国の方法に合せて、成分の含有量の多いものから開示している。家表法の表示と自主基準に基づく表示をドッキングすると、かえって分かり難いものになるので、それぞれ別個のものとしている。11 月からスタートしたばかりなのでお客様の反応をみて過不足は意見として取り入れる方向で考えている。

事務局：使用上の注意に安全性を入れるべきなのか、家表法に盛り込むことが方法として適当かどうかご意見をいただきたい。

- PL 法がある。一律で文言でしばっていくのはどうか。
- 製品の危険箇所は個々違う。一括で製品カテゴリーごとに注意表示を定めるのは難しいのではないか。

5） 表示方法について

事務局：表示方法について、本体から容易にはがれないといった点や商品の小型化などによりスペース等がなくなっている中で、表示方法についての緩和といった指摘も見られたが、どのように思うか。

- 家表法には字の大きさに関する規定がない。食品では JAS 法で8ポイント以上と決まっている。小さい文字は読めず、消費者のためになっていないのではないか。

事務局：「混ぜるな危険」のみで、法律ではしばっていない。事業者の自主性にということで規制していない。

- 現状は、法律に基づいて表示が「ついてますよ」という表示になっている。スペースの問題もあるが。
- 家具の場合、インテリアなので見えないところに貼らざるをえない。タグにして椅子に付けても外されてしまう。ソファの下に貼っても見えない。タグを付けると穴で傷がつく。必ずし

も本体に付けるのを緩くして、添付とかにできないか。

・ 家電の電安法も同じ。デザインとの兼ね合いもある。柔軟にして、見えればいいというようにできないか。
・ 家表法は買うときにお客様が参考にするもの。展示品にも全部付けなさいと取引先には指導している。
・ カタログでの表記を充実させていく。取説は見直してもらっている。口頭での説明がないので、法定事項についても取説でカバーしている。

事務局：通販協会全体でもそういう対応をしているのか。

・ そうしないと客と問題になる。クレーム、問い合わせがあり表示せざるを得ない。見直しを考えるならば、現品への表示を見やすいようにするガイドラインを作るということも一緒に考えてはどうか。
・ 製品によって現実的にしては。サイズ、荷重などは買うときだけに見られればいいという表示項目もあるのでは。
・ 海外ブランドは展示品への日本語のタグの表示を嫌がる。例えばサングラス。ストックには付けているが、展示品には付いてないケースがある。必要に応じて販売時に説明すれば良いのではないかと聞かれる。

6） 指定品目について

事務局：指定品目について追加した方が良いもの、見直すべきことはあるか。

・ これが対象、対象外と分かりにくいものは表示対象にした方がいい。
・ 靴、乳幼児用椅子などは加えるといいのでは。
・ 消費者から見て分かりづらいものは両方とも対象にするか、両方とも対象外とするか統一すべきではないか。現行は中途半端な感じである。
・ 靴は、合成皮革だけを対象にする必要があるのか、靴全般を対象とするか、外すかを考えるべきでは。
・ 検査機関としては法律の枠に入れてもらった方がありがたい面がある。法律の枠に入っていないものについて表示する事業者は少ない。
・ 毛皮製品は対象にした方がいい。材質の表示が必要である。
・ 家表法の対象でない製品については試験をしなくて良いとなってしまう。表示を行うための検査費用は事業者が負担している。家表法は品質表示なので安全表示とは違う。安全よりは優先度が低い。
・ 品目を広げるとき、考えるのはコストだと思う。家表法の対象となっている商品は価格が安いものが多い。表示をするための検査費用や表示のためのタグなどコストがかかる。指針やガイドラインがあってもいいかと思う。
・ 100 円ショップは表示のあるもの、ないものが混在している。

事務局：ヒアリングした際、100 円ショップはそれなりには意識していることはうかがえた。ただ

し、取扱いアイテムも多く、コストの負担も大きいので十分に対応できていない事業者やアイテムがあるかもしれないが。

- 表示は安全安心の担保。名前は品質だが安全な使い方をしなさいという意味合いのものが多い。そういったものは対象から外した方がいいのではないか。
- ガイドランで済むような品目があるのでは。整理する必要があるのではないか。

事務局：指定品目見直しの視点については、コスト意識も必要という指摘があったが、他にはどのようなことが考えられるか。

- 時代の先取り性。IH に関するものはない。SG の規格はあるが現実と乖離している。現実的な基準が求められる。また、食洗機、電子レンジなど、またシリコンスチーマー、高温で使える商品については、安全性を考慮する必要があると思われる。

7） 家表法の啓発等について

事務局：家表法について、どうやってアウトサイダー的な事業者に情報を伝えるか。啓発の方法としてどのようなことが考えられるか。

- 消費者庁：現実として冊子、ガイドブック、HP。実務提要がある。事業者で団体に入っていれば情報を流している。これまでのやり方では難しい。来てもらうやり方しかない。情報を発信して欲しいということ。電話相談を受け付けている。それがFAQとして充実すれば。意見があれば教えて欲しい。
- 伝統工芸品について。伝産マークがついていると、家表法を気にしない。
- 伝産マークのように、お墨つきを与えるマークを付ける際の条件として、家表法の指定品目については、家表法の表示を行うことというように働きかけるのがよいのではないか。
- 以前は経産省が事前連絡をした上で店頭調査に来ていた。通知があったときは取引先も含めて社員教育からやり直しをし、家表法を守ろうという動機付けになった。
- 家電では、JET の試売試験等がある。緊張感を与えるような検査等も必要なのではないか。
- 家表法は罰則がない。
- やらなくても罰せられないのは、ちゃんとやっているところが不公平に感じる。

以上

雑貨工業品分野における準備委員会

第二回 準備委員会 議事録

日時 平成 23 年 12 月 12 日(月)14:00～16:00

会場 東京海上日動リスクコンサルティング(株)第一応接室

討議・意見交換

1) 新規参入事業者等への対応について

事務局:新規参入事業者への普及啓発に対するアイデア、既に新規参入事業者向けにじっしている支援の取組があればお教えいただきたい。

- 小規模の輸入事業者からはどういう表示をしたらよいかなどの問い合わせがある。「品質表示自体、何を表示したらいいのか」といったことを質問される。対応としては、消費者庁の HP をご覧いただくよう案内している。手っ取り早いから聞いてきているといった印象。
- 消費者庁の HP で QA を充実していただけると良いのでは。問い合わせ件数には波があるが、多いときには毎日のように来ている。
- 事業者は何も見ないで質問してくる。

事務局:消費者が所管であるという認識もないということか。

- 家表法があるのはうっすら知っている。ただ、家表法がどのようなものかという認識がないようである。
- 当該商品がどのカテゴリーに含まれるか分からない場合などに、どのような表示をすれば良いかと聞いてくることがある。
- 明らかにわかる場合はその場で答えるが、グレーな場合は役所に聞くように言っている。
- 家表法に限らず、輸入とか販売に関わる法令を知らない人が多い。輸入に関しては JETRO に詳細な公開資料がある。家表法の話はその次の段階。
- どこに聞けばいいか分からないので、業界に聞くといったところだろう。もう少し家表法の HP のハードルを低くしてはどうか。消費者庁:だけでなく、経済産業省など表示に関することは全てリンクされているというような形であるといい。その他に関連する省庁、業界団体等の情報があると尚良い。
- コンプライアンスというが商品に何の法律があるのか知らない。通常取引をしている事業者はあまり心配ないが、物産展に出てくる小さな取引先が問題。表示について知らない。出展商品のリストを出してもらい、提要をコピーしたりして指導することもある。

事務局:家表法を知らない事業者は増えているという印象はあるか。

- 増えたり減ったりはしていない。
- 家表法のガイドブックは表示のサンプルが掲載されているので分かりやすい。一方、電安法の表示の仕方、特に消費電力が専門家でないと分かりにくい。

事務局：関連する法令が分からない人たちには家表法にはこういう配慮が必要という前段階を示す、QA で基本的な状況を抑えるだけでも違ってくるのでは。

・ 消費者庁：も「家表法」とするのではなく、HP で「商品を販売するために必要な表示」とすると分かりやすいのではないか。

・ 全部の省庁にリンクさせるといい。

事務局：事業者からの問い合わせがあったときに、法律が家表法だけではないので、それを事業者に伝えるのが難しい。JETRO や（財）対日貿易投資交流促進協会などとの連携もあるといい、

・ リンクを張るところからスタートして。事業者団体等に取材して、よくあるQAを充実させるといったことをすれば良いのではないか。

事務局：普及啓発や守ろうとしてうまく守れない事業者への対応はどうあるべきか。

・ ハンドブックには法定事項が並んでいる。その他に業界の自主基準もあるので、それも一緒に載せてはどうか。他社の表示例を見るだけでは分からないところがある。

2） 現行の遵守事項の問題点

・ ソファの場合、許容範囲の寸法が±10 ミリ以内であり、守るのが難しい。

事務局：守るつもりはあるけれども基準が厳しいということか。

・ 寸法をきっちりしているつもりでも守りきれない。マットレスの基準はもっと緩いので、そのくらいに許容範囲を広げてもらわないと厳しい。守りたくても守れない。

・ 伸び縮みするものに寸法を規定するのは例外。普通のもの、弾性のあるものを家具の材料にはしない。ソファとかマットレスとかもともとやわらかいものなので寸法の規定は厳しいのではないか。

・ ソファが椅子の範疇にはいっていることが問題。ソファだけ特別な項目にしないと。普通の椅子なら 20 ミリも狂わない。椅子とソファは違う。

・ 家具の家表法の表示は外形寸法くらいでほとんどない。テーブルの天板、本箱等の耐加重はなく、材料表示も大雑把。家具の表示事項は増やした方がいいのではないか。

・ 消費者から品質表示に関する問い合わせはなく、修理に関するものが多い。ただ、耐加重の表示はあった方が良いと考える。

3） 現行の指定品目及び表示事項の問題点

・ 接着剤が使われている部分。ホルムアルデヒドの有無などは消費者も関心がある。

・ ホルムアルデヒドは別な表示をしている。表示の義務はないが自主基準で表示マークを作っている。ただし、輸入製品については適正なチェックが行われず問題があると感じている。

・ VOC の検査を行うには設備投資の負担が大きい。今のように規制がないと、お金を出してまでやらない。試験所でも任意の検査は少ないので試験機器を持っていない。

・　大手はやっているが、木製家具の中小はやれない。証拠が示せない。

・　VOC の問題は検査にお金がかかって難しい。

事務局：VOC を家表法の表示事項に加えるということか。

・　建物についている家具にはあるが、個々の家具にはない。実際問題は難しい。家表法に入れるかどうかは検討の余地がある。

・　指定品目については、家具の本箱がない。カラーボックス、シェルフが対象になっていないことには違和感がある。

・　傘は取扱の注意がなくなり、組成と骨組の表示のみになってしまった。とはいえ表示の有無で消費者とトラブルになることもない。ただ、遮光率や UV の表示など任意の表示も多く、結局、何がスタンダードか全く分からない。

・　傘に限らず靴も。家表法以外の機能性に関する表示の方が多い。作る側が載せたい情報を積極的に載せている状況。

4） 見直しの方向性について

・　法律では載せなければならない事項は何かという観点で考えるべき。事業者が載せたい事は放っておいても載せる。

事務局：法律で規定して載せるべきものというのを最低限とすること。安全の要素についてはどのように考えるべきか。

・　品物によって違う。雑貨工業品の中でもなべ、湯沸しのように危険度が高い製品については、PL 法の関係もあり、家表法の注意表示より多くの表示を行っている。そうした注意表示がない又は少ないものにはある程度は注意表示が必要ではないか。

・　電気機械器具は電安法があるので家表法から外して欲しいという話があったが、電安法は安全性の追求で家表法は品質の話。電気製品はダブルになっているが、日用雑貨は家表法を除くと法律がない。机の天板の話のように安全はついてまわる。安全の要素も加味した方がいいのではないか。

・　絶対載せなければというものは載せる。事故が多くない製品もあるので、必ず何か表示しなければいけないという訳ではない。

事務局：品目や状況によるということ。

・　品目によっては PL 法上必ず表示しているものもある。

事務局：当然やらなければいけないものはやっている。

・　何でもかんでも法律で一律に表示を求めるべきではない。情報が多いと、逆に読まれなくなる危険性もある。取説などに記載すれば、本体に表示しなくても良いものもある。必ず（本体に）載せなくてはいけない事項を絞ることが大切。

事務局：現行の表示事項が多すぎるという印象はないか。

・　概ね最低限のラインだと思う。

・　漂白剤等の「混ぜるな危険」表示は業界の自主基準が先行し、後から法律に追加された。

全てを網羅することは困難。

・　何か起こる度に項目だけ増えていくというのは、本末転倒。

事務局：表示者名はほとんどの品目であまり見ていないとなっているがどうか。

・　何か起こらなければ基本的に必要ない。

・　表示者名の違反で多いのは法人格が抜けていたり、屋号で書いていたりというもの。屋号でなぜいけないのかと言われる。屋号の方が遥かに有名になっていて、会社の名前が知られていないところもある。

事務局：その辺りは柔軟に運用するといったことか。

・　われわれの立場だとそう思う。

・　他の法律はどんどん罰則が厳しくなっているが家表法にはない。「守らない場合に罰則があるのか」と聞かれることがある。

・　電安法は試買試験があり、その評価が公表されている。

事務局：罰則がいいかどうかの議論はあるかと思うが。

・　守られているかどうかのチェックは必要。野放しは問題。

・　モニターをして実態調査をして、表示が不適切なものは指導していく必要がある。

事務局：家表法では、法律に従った表示になっていないものを見つけた場合、適正な表示を指導、それでも守らない場合に初めて事業者名を公表するという措置を行う。

・　不適切な表示について公表し報道されるようなことになれば、守らなければいけないという動機付けになる。

・　表示について、いろいろな社内教育をやっているが過去に経産省が行っていた立入検査は、教育の動機付けとして機能していた。

事務局：普及啓発と同時に、正しく守られているかどうかのモニタリングは必要ということか。

・　守らなければいけないという緊張感が必要。コストに意識がいってここは手を抜いてもいいとなりかねない。

事務局：現行の制度では不十分か。

・　モニターなどで、この制度は守らせるための動きをしているということが必要。罰することが目的ではなく、（薬事法なども）調査だけでも充分緊張感になりうる。調査だけでも意味がある。

以上

第一回　本委員会　　議事録

日時　　平成 24 年 1 月 26 日（木）14:00～16:10

会場　　コンファレンススクエア M+（東京　丸の内三菱ビル）

討議・意見交換

1）準備委員会委員以外の意見

- 今までの調査報告、それぞれの準備委員会での議論を踏まえて、次回、次々回で一定の方向性を出すということになる。今回から参加の３人のご意見を伺いたい。
- 消費者が表示をあまり見ていないというのがあったが、消費者は決して表示をみていないわけではないと思う。ただ消費者は家表法なのか JIS なのかというのはよく理解していないが、事業者がきちんとした分かりやすい表示しているのなら（消費者が法律などを）理解する必要はないと思う。
- 品目、対象については指定商品制度をなくしてしまってもいいかと思う。すきまでの時代にあわせた表示が必要だと思うが、ひとつひとつやっていったら間に合わないし、後手にまわってしまうので、バクっと大きな表示の法律が必要ではないか。そこから今の４つの分野に分けてはどうかと思う。食品の表示は一元化しようとして努力していて、製品も一元化できるところはしたいと思う。JIS や他にも関わるものがたくさんあるので、それを整理できればと思っている。
- 今回、大幅な改革は必要ないとあるが、それは事業者が言っているだけで、消費者はそう言ってないのではないかなと思う。（法律改正の）目的が消費者の選択のためにというのなら、もう少し消費者の声を真摯に聞いて欲しい。昨年、消費者団体に2団体しかヒアリングをしていないので、もう少し幅広い声を聞いて改正をして欲しい。なかなか法律を改正するのは大変なので、この機会を逃したくないと思っている。
- 立ち入り検査の話があったが、消費者関連の新聞で、今の課長が立ち入りの執行はしていきますと明言しているのでそれはやるつもりではないかと思う。

- 小売の立場で、業界に属さないメーカーの商品も入ってくるので、そういうメーカーのものについても（表示を）チェックをせざるをえない。
- 町おこしで少ないロットで商品を作る場合など家表法で言う混率表示が難しい。行政は表示が適正でないと立ち入り検査をする一方で、町おこしで小さなロットの商品も扱ってくださいというようなことはある。
- こういった問題で言うと、クロスマーケティングで本来の業務以外の商品を扱うような場合、例えば筆記具をコップとして扱う場合は合成樹脂関係の表示をしなくてはいけなくなる。それが当然されていないということがひっかかってというようなことが起こっている。
- コンビニや百貨店なども含めたグループ内で品質問題について検討会をしようとしている。

社内でも知識がなかなか揃わず、中小企業のメーカーに対してもどう教育するのかが課題であるので、今後検討していこうと考えている。

- 我々はどうしてもお客さま視点で考える。例えば鍋などお客さまに対してきちっと商品の特性とか危険性を知らせないと事故はなかなか防げない。表示そのものを表わす言葉を安全性を表わす言葉も切り口にしていかないと、これからは販売者とかメーカーの責任に関わってくるのではないかと思う。

- 雑誌では毎月のようにキッチン雑貨を取り扱っている。30～40 代の半ばくらいの読者は、ほとんどマークやマニュアルをみていないというのが現状である。何か事故が起こったあとにはじめてそこでチェックをする状態である。
- 例えばシリコン素材について。シリコンという素材はかなり一般的になっているが、どれがオーブンレンジに使えて、どれが使えないかということは一般消費者には同じシリコンなのに見分けがつかない。そういった中でけっこう事故が起きて、そういうことで悩んでいる読者がいるという話を聞くと、シリコンというものを特別に取り上げていく必要があるのではないかと常々思っている。
- そういうものと関わっていかなければいけないという大多数の主婦目線で考えると、とっつきのいい、なおかつ分かりやすい表示とか、告知みたいなのはもっと出来ていかないのかなと思う。なじみのある、お子さんでも見て、これは大丈夫、これはだめだという最低限の安全の保障されるべき事項に則った「マーク」を最優先させて付けていったらいいのではないかと思う。

2）表示の共通ルール化の可能性について

- 以前、プラスチック容器がそうだったように（シリコンでも）レンジで使える、使えないといったことをきちんと書くということをやるべきである。そうなると、個別にやっていると間にあわない。事故がたくさん起きたからやるということになってしまうが、そうではなく（事故が起きる前に）事前にやらなければいけないのではないか。そういうところをうまく入れられるような、バクっとした法律をまず（作ってはいかがか）。
- 家表法の4品目に共通の何かができるのか、品目単位であればざっくりした共通ルール的なものができるのかどうか。雑貨は難しいような感じはするが。全てをカバーするような単純なルールは分かりやすいが、具体的に何が書けるというところを考えると、非常に抽象的なものになるのではないか。製品単位で区別していくと具体的なことが書けるが、そのへんのどちらを取るか。
- 表示をしなければならない基本的で、共通な部分があるはず。それを書いて、ここから繊維であるというような形で分けていくというのはどうか。そうすれば同じようにプラスチックを作っていれば、同じようなグループに入るのではないか。その上でもう少し細かいことは決めていくという形にはならないのか。

- そういう理想はわかるが、逆にいうと抜け道を作ってしまうことになりかねないのではないか。大手では表示以上の規格を実際にしている一方で、中国などから中小の商品を引っ張ってきただけのマンションメーカーも多々ある。そういうところの基準も不明確だと困るので、最低限のある程度の基準を決めて、運用やそれ以上の基準については、企業に委ねるという形をとっていったほうがいいのではないか。
- 表示すべき必須事項はしぼったうえで、共通のものをなるべく他品目にするといいということか。
- SG マーク等は決して貼付が義務付けられているわけではないし、それが付いていないからといって、SG の基準は満たしていないけれどメーカーが売ってはいけないとはなっていない。
- 安全性とか品質のバックデータが必要なものと、素材などを直接一般的に全部書かなければいけないものと、表示の種類が違ってきていると思う。だから質の高い部分のものについてはそれぞれの業界がテストをしたうえで、表示の基準をきちっと設けていく形にもっていくべきだろうと思う。

3）家表法と JIS の関係について

- （家表法と）JIS との関係はどうなっているのか。
- 特にない。
- 参考にするとあるが。
- 家表法が JIS を引っ張るということはあるし、業界が自主的に JIS を引っ張ることはあり得るが、JIS 事態には何も強制力はない。

事務局：洗濯絵表示が代表的な例である。JIS に記載されている方法で表示してくださいという書き方をしているが、全てがそういうやり方ではない。ものによって試験方法　などを JIS の試験方法でやった結果を表示してくださいというのも中にはある。もともとは別なもの。基本的なに JIS は品質とか検査の規格を決めているものだという理解。家表法はそれらを表示するためのもの。そういった意味では別なもの。

4）安全性の表示について

- 安全に関しては、電気製品については全て電安法で規制があって、家表法で安全の話しをすると二重になる感じがある。一般製品の場合、製品安全法の適応対象の製品の場合は、特定製品に指定されない限り安全の技術基準は強制的には適用されない。そうすると家表法で安全に関する表示をするということは、製安法とは別な観点からの安全表示の義務付けを現実には行なっているのか。

事務局：全般的にではなく、顕著な例は「まぜるな危険」という洗剤がある。接着剤もそうであり、劇物と表示をしなさいというのもある。

5)ガイドラインの策定について

- 事業者にも、消費者にも分かりにくいことはあると思う。この法律そのものの問題もあるが、いろんな法律が絡み合い、しかも業界自主基準もあり、そこが整理されているかということが疑問ではある。普及啓発に当たって、表示はこうあるべきだというガイドラインみたいな形で、これは法定事項、これは JIS に準拠したものといったこれはどの法ですよと、明確にしたひとつのものがあればいいと思う。法律をまたぐことが出来るかは別として、製品の表示のマニュアルのようなものがあってもいいのかなと。ひとつでみられるものがあれば非常によいのではないか。
- 食品はガイドラインもある。解説本も出ている。家電も比較的やりやすい。それ以外の分野が包括的な法律がない分野がほとんどであり、そこが難しい。
- ユーザーの要望や過去のメーカーの経験もあり、現実には表示はしている。これは同じような表示をすればいいのではないかというようにしているのが、情報を集めてひとつにしてもいいのかなと思う。
- 何々業界として、法律をうまく整理して解説するといったようなことを業界団体単位としてやっていないのか。
- 業界の規模や団体として成立していないところもあり、やっているところとやっていないところがある。
- ルールがあるけれど経産省の人しか知らないことがある。これは透明性の問題であり、法律がいくつかあって分かりにくいというのとはまた別な話しである。
- 現在は、家表法の意味を理解していないから細かいマニュアルを作るだけぐちゃぐちゃになっている。今までは教え過ぎていたのでは。教えてくれる人がいるので、こう書けばいいのだというのがなければ動かなかった。今までは表示をしなければいけないから(表示を)していたが、それをお客さんのためにやるという方向に教育の仕方を変えていく。これからはお客さんのための表示、それによって品質を担保するという考え方で、品質とは何か、表示も品質だと考えるというふうにもっていかなければいけない。
- 法律を厳しくし、罰則を厳しくすれば(家表法は)広まる。いかに啓蒙していくのか。それは時間がかかるが、本当なら表示をみてこの商品ならこうなるかもしれない、自分で選別して危険だからと、安全性が担保されているものは(値段が)高いのだと理解させ、自己防衛のためにも小さい頃から勉強させて欲しい。
- 事業者には最低限正しい表示を項目をしぼってさせることと、事業者に対する教育を行なうという考え方にしないと、表示事項が多ければ多いほど間違いは増える。日本では正しい表示を最低限行なって、品目によって、安全面と表示事項と分ければいいのではないかと思う。

以 上

第二回　本委員会　　議事録

日時　　平成 24 年 2 月 10 日（金）14:00～16:00

会場　　コンファレンススクエア M+（東京　丸の内三菱ビル）

討議・意見交換

1）論点1　家表法の必要性について

・　家表法の法律としての必要性と従来どおりの法的な義務づけは必要なのか。法的なものを残すにしてもどの程度の義務付けにするのか。どういう手法で規制をするかで違いが出てくるかもしれない。ご意見はいかがか。

・　表示の課題は、景表法や家表法など一元化されておらず表示内容もバラバラで消費者の知りたい情報を十分に提供できていないことと感じる。また、家表法の対象品目から外れると、輸入品は取説も含めて海外の文字だけで販売しているものも見られる。表示者名、連絡先もない商品が入ってくる。

・　また、業務用の商品を扱う場合、プロ仕様で、家庭用品ではないから、表示がないという状態が成り立っている。一般市場に出すものは全て最低限、表示者名と連絡先は必ず表記させるということを今後考えていった方が良い。

・　家表法の「家庭用品」と消安法の「消費生活用品」がどのくらい重なっているのか分からないが、一般の人が購入可能な販売形態をとっている製品については輸入業者、販売事業者が表示対応すべきだという論理になるのではないか。

・　消安法の事故報告義務を勘案すると事業者の連絡先がないという状態はまずいと思う。

事務局：1点目の消安法の話は家表法も同じである。業務用が全て対象外ではない。業務用でもホームセンターやネットで一般の消費者が買えるようなものは対象にしている。その場合は販売方法がポイントになっている。

・　日本語表記がない商品について小売業者が販売しないとしても、他のところで販売するといったことが多々ある。

事務局：購入する消費者の側は表示を見ているのか、表示のないものを買わないという意識はあるか。

・　海外から輸入しネット上でそのまま販売されているものは多い。使用方法から注意書きについても一切日本語がない商品も平気で売られている。消費者は可愛らしさや利便性を優先し、表示そのものがないからといって購入をやめるとことはないのではないか。その辺は考えなければならない。

・　購入のときに表示の有無では決めないが、いざ何かあったときに表示が重要ということか。

・　事故になるような場合は、一般的に何となく知っているという知識だけで使ってしまっているような部分がある。デザイン的な要素もあるが、限られたスペースのなかで、何を表示していけばいいのか、そこも吟味もしていかなければいけない。
・　法律の適用外で表示がない商品を販売する場合、小売業者は何かトラブルがあったときに自社に問い合わせが来ることを覚悟して売っているのか。
・　クレームは売った側にくる。製造元に問い合わせることはほとんどなく、「わたしは百貨店で買ったのだから。メーカーは別な話でしょう」というのがほとんど。表示については、購入時に洗濯表示は別としてほとんど見ていないのではないか。ただし、販売する側にとって、素材などの表示は対面販売用の情報として非常に重要。
・　表示は品質の一部だと感じる。小売事業者が商品や取引先を選定するときには、適正な表示かどうかが取引の選定基準になる。法律で決められていることは評価の基準にしやすいので必要性がある。ただ一般の消費者にはその重要性が普及啓発されていない。法律の必要性より、（家表法が）普及し商品選択の要素となっていないことが問題。
・　家表法には品質表示以外のものも含まれている。電気機械器具や繊維製品などは品質表示が主であるが、雑貨工業品、プラスチック製品は安全性に関わることも含まれている。家表法は4つの分野ごとに性格が違うので、別々にして吟味して議論する必要がある。電気機械器具を家表法の対象外にするという意見があったが、電安法では安全しかなく、エネルギー効率等を表示しているものがない。電安法、消安法で規定されているものもあるが、重複があっても家表法で規定する必要がある。
・　過去の消費者調査の結果を見ると、全ての製品について表示のルールを定めたほうがいいという人が半数以上を占めている。連絡先などは食品と同じように日本語表記に限定すべきだし、最低限の情報は全ての製品に付けるべき。それより細かい表示事項については現在の4分野なら4分野に分けて議論をすべき。全て網羅的に法律の対象にすべき。
・　表示は必要ないという議論ではないということでよろしいか。
（各委員より異論なし）

2）論点２　家表法の見直しの方向性について

・　法的な規制は必要だとした上でどのようにしたら良いか。平成９年段階の認識を踏襲するかどうか。海外との整合性については、今回どのように考えるかといったことを議論したい。事業者の自主性を発揮させようという方向性で行くのか、もっと細かく決めていった方がいいのか。
・　海外との整合性については、海外の基準を日本も導入するか、日本の基準を海外にも普及させるかという両面があると思うがいかがか。

・　事業者の自主性については、材質表示は特に問題は少ないが、「取扱い上の注意」など

は、品目や材質によって違ってくる。材質の表示は家表法の対象とし、取扱い説明はある程度、メーカーの自由に任せる方がいいのではないか。

- JIS と ISO との整合化は平成 9 年から問題として明示されてきた。ただ日本の実情に合わなかったこともあり、実施できなかった。それを踏まえ、日本の実情を ISO に反映すべく国際委員会に働きかけている。ヨーロッパはじめ、承認してもらってその内容を加味したもので JIS を改定作業中である。海外との整合性は当然必要だが、一方で日本独自の内容を ISO に反映させるような動きも必要となってくるのではないか。
- 百貨店でも通信販売でも輸入自体は別で販売だけを行なっているのか。輸入も行っているのか。
- 当社が表示者になる形での輸入はしていない。ただし、取扱製品の中で日本仕様の表示が必要なときは自社で組成を調べ、表示の翻訳とその確認も併せてやることもある。
- 当社でも輸入事業者を介して製品を取り扱っている。取説の直訳は誇大な表現などがあり、なじまない。
- 日本のメーカーでも海外で売っているという場合に各国ごとに表示の基準が違うとなると表示をあわせて作らなければならないというところはあるか。
- プラスチックの場合、耐熱温度は日本とアメリカと違う。仕様を別々にしなければならない。メーカーから言えば統一してもらえればありがたいとよく言われる。
- なぜ違うのか。
- アメリカでは電子レンジ可の温度が 120℃。日本では JIS の規格が 140℃なので、変えなければならない。
- この問題は合成樹脂だけではなく、洗濯方法にもある。洗濯温度や方法は ISO と日本の基準が異なる。プライベートブランドは海外から調達することも多いが、日本の基準にあわせて商品検査を行なって、表示を作っていく方法を取らざるをえない。海外の基準だけで対応していると、国内基準に合致しなくなることがある。
- アメリカの耐熱製品をそのまま販売すると法律違反になるということか。
- その場合は電子レンジ使用可にはならない。
- 120℃と書いて売るなら構わないということか。
- 消費者庁:120℃なのに電子レンジ可という表示は不可。
- 海外では電子レンジ可とされていても、日本ではなんらかのトラブルがある可能性もあり、電子レンジ可とは表示出来ない。
- 樹脂の耐熱温度については許容範囲などを含め根拠の考え方が違うのではないか。
- 日本と海外の基準にずれがあるとことを前提にした場合、単純に海外の基準に合わせるといった対応で問題ないのか。
- 冷蔵庫を例にすると、日本では霜取装置が必須となっているなど、国による差はある。
- 電安法では、日常生活の中で使われるものを対象としており、業務用は含めていない。あらゆるものに表示をし、注意喚起をすることは必要だと思われるが、あまり対象を拡大

してしまうと負担が大きすぎる。ある程度、日常生活に使われるものを中心にしてはどうか。
- 海外との整合性は日本の基準に合理性があれば維持するが、なければやめようという当たり前の結論にしかならない。

3）論点3　指定品目、表示事項、遵守事項について

- 前回の委員会でも指定品目制を廃止して、共通表示項を全ての製品に義務付けるべきとのご意見を示されたが、何かご意見はあるか。
- 新規品目については、苦情や事故が起きてから後追いするということではいけないと思っている。一つ一つの対象品目ではなく最低限必要な表示事項については網羅的に対象にすべき。それ以外に特に必要な表示事項があれば業界団体等で細かく規定していけば良いのではないか。全てを法律でギチギチに規定せず、ある程度共通性のあるグループ分けをした上で、あとは業界に任せても良い。
- 法律としては全部網をかけるが、かなりの部分は自主的に委ねるということか。
- JIS と家表法は似ているので、表示と連携ができないのかと思っている。JIS は法律ではないが、うまく活用していった方が良い。様々な法律が重なって表示を構成しているので、複雑になる一方である。食品表示の一元化のように家庭用品についても一元化を考えていくべきだと思う。
- JIS が存在しない製品もある。（JIS が）あるものは JIS に準拠することで良いと思われるが、JIS がない業界は今から JIS を作れということか。
- 業界団体で消費者のため必要なら作っていただければと思う。
- JIS はどんどん減っている。JIS はいろいろな拠りどころとなるので、過去に意見を求められた際に廃止しないで欲しいと要望したことがある。
- 日用雑貨は減っているかもしれないが、JIS 全体としては減ってないではないか。
- （JIS は）繊維が少しずつ、薬品は相当減っている。また業界としては、まとまっているところが減っており、品質表示担当もほとんどいない状態なので業界に対応を任せるというのは難しいと感じる。繊維製品で一番効果があるのは、小売の側から「うちはこの基準ではないと買わないよ」と言われること。納めるためにその基準をクリアしなければならないとなった方が対応が早い。
- 業界団体の現状を言うと、過去の調査に見られるように、低価格製品の流入によって、国内メーカーの販売シェアが低下している。一方、製品事故の多くは業界団体に加入していない事業者の製品で起こっている。そうした製品のお陰で業界団体に属している事業者の製品も販売にも影響が出てしまっている。業界団体は国からの重要伝達事項を組合員に全て伝達する役割を担っている、会員数が減少し団体としての情報発信力が低下する前に何らかの対策が必要だと感じている。一例として、品質表示にプラスして業界団体に所属している企業の製品は、国の安全情報を踏まえて提供されるものであることがひと

目でわかるようなマークを貼付し、差別化するという方法があるのではないか。その方が消費者にも分かりやすく、購入時の目安になると思う。

- どの分野の製品においても最低限表示者名を入れるということを共通項とすれば良いのではないか。その他、分野ごとに必須項目を定める。例えば繊維では混用率表示など。
- 注意表示は業界によって千差万別である。JIS にあるような注意表示、警告表示に該当するものはメーカーの責任で書くようにしてはいかがか。人身に関わる表示についてはメーカーの責任で付けなさいということを徹底したほうが良いのではないか。
- 誰でも表示者になれるのは家表法だけである。それはメリットもあればデメリットもある。(表示者を)製造者にするなど責任の所在を明確にさせる必要があると思う。
- (表示者を)製造者又は輸入業者にするということか。

事務局:最近はネット販売に関連して表示違反の情報提供が寄せられる。仮に製造者とすると海外から輸入し販売しているような製品は、アメリカの製造者が責任となるが、それは言えない。個人であっても海外から輸入し販売した人が責任者になる。

- ネット販売業者が輸入業者も兼ねている場合が多いのであれば、輸入業者として括れば問題はないのか。

事務局:家表法における表示者は製造、販売、表示業者の誰でも良いとなっている。

- 表示がないものを売った場合、誰が法律違反を問われるのか。
- 消費者庁:表示に責任がとれれば、誰が表示者になっても良い。誰が表示者になればいいのかを国が決めることはない。現状ではメーカーが多い。
- 法律違反をしたのは輸入業者だと遡って認定するのか、表示がないものを売っている売主に注意しようという仕組みなのか。

事務局:法律上、連絡先は必要だという指導を行なうが、これは法律の普及啓発の観点。表示のないのは誰の責任かということを、小売事業者から仕入れ先など遡っていく。

- 誰が表示義務を負うのか決めていないということでは罰則を課せず、行政指導レベルに留まるということにならないか。
- 消費者庁:罰則自体のつくりも指導が優先され、その後、違反事実の公表、さらに命令に反した場合は罰金という形であり、現状「命令」はない。
- 義務を決めてないのに命令は出せないのではないか。
- 倒産した事業者の商品の買い取りをした際に、表示をどうすべきか行政に相談したところ販売側で表示して欲しいと言われた。
- きちんと守ってもらうためにはどういう仕組みを作れば良いかということになるのではないか。

4)論点4　家表法の普及啓発その他について

- 誰が表示するかを決めないと、罰則があっても何の役にも立たない。表示がきちんとできるのはメーカーか輸入業者ではないか。

- 同感である。小売業者に対しては、表示のない製品を販売してはならないという義務を負わせることで、取引先に適正な表示の製品を納品するよう言いやすくなる。小売店、販売業者にも一定の義務を負わせることとして、第一義的には製造業者、輸入業者、消費者に直接手渡す段階として販売業者の二段階で行うのはどうか。
- その場合、海外の製造業者はどうなるのか。
- 海外の場合は日本に輸入した事業者が法律上の義務を負う。その上で、輸入業者が自ら日本の表示を付けて市場に出すか、海外の製造業者の段階であらかじめ表示を付けてもらうのかを判断すれば良いことだと思う。
- それは難しいのではないか。簡単に取り締まる場合は、輸出入の規制法に含め表示のないものは税関で止めるという方法があるのではないか。海外との整合性が実現しなかったのは、日本の法律の方が甘い点があったから。整合性をとるならば世界の基準でやる必要がある。世界はルールが厳密でも実態が伴っているかというと必ずしもそうとは言い切れない。
- 業界の自主基準ということについて言うと、家電業界はしっかりしていて、世界共通で販売するための安全性などの自主基準が整っており、遵守されている。アパレルは「自主基準は自主基準」であって、法律になってはじめて対応するのが実態。業界の自主基準をつくっても守るのは 10～15%くらい。
- 平成9年の見直しの根底には、消費者の自己責任があった。もっとシンプルな法律にして、これを守らなければならないと事業者に啓発し、買う側にも表示がなされていることを啓発するということをもう一度しっかりやってもいいのではないか。品目については、前回も言ったが表示も品質として考えている。品質を上げるためには正確な表示をし、お客様にデメリットもきちんと伝える必要がある。しかし、自発的にそういった取組をしても誰からも褒められない。法律で決まっているので最低限守りなさいという指導とチェックをするのが現実的ではないか。法律を変えるタイミングが一番よいと思う。

- 法律はもともと経産省の所管であったが、消費者庁に変わった。消費者への普及啓発をもっと行なっていくべきだと思う。そうしないと適正な表示の製品が優先的に消費者に選ばれることが永遠になく、表示している側は義務的に最小限しかやらないということになってしまう。この機会に表示されていないものを購入するといざというときに大変だという消費者への啓発する必要がある。家表法の見直しをするのであれば、そこがないと表示している側にやり甲斐がないし、価格競争力もなくなってしまう。ネットの時代になっているだけに表示などを考えないまま、直輸入して投売りしたほうが安くて良いという構図が出来上がってしまうと、なかなか進展していかない。
- 正しい表示が競争力につながるような仕組みをいかにして作っていくか。
- 今までは事業者への規制に力点が置かれていて消費者への啓発に力点が置かれていなかったと感じる。消費者調査の結果を見ても法で決められている、知らなかったという

人がかなりの比率で見られる。いざというときに表示は必要なのに、そういったことが普及啓発はされてこなかったことのあらわれだと思う。

- 事業者の自主的な取組にまかせ、それを競争力に繋げようということはあると思う。適正な情報を消費者に提供すれば製品が売れるとなれば事業者は情報を提供する方向に向かう。そのためにも消費者がきちんと対応する必要がある。業界だけが努力しても回らないので、両方に対して働きかけを行い、よりよい方向にいくように努力することが重要。
- 表示のないものを買ってトラブルになった際に、消費者の責任は取り上げられることはなく、事業者が悪いといった流れになっている。表示されていない製品を買った場合の自己責任、買った方にも責任があるということを共有する必要がある。
- 消費者は買ってしまった自分が悪いと思っているのではないか。表示のない製品を購入しトラブルが起きた際に、どこに電話したらいいか分からず消費者センターに連絡し、そこでも掴めないとなると「買ったわたしが・・・（悪い）」と思うのではないか。
- 100 円均一ショップで購入したもののクレームは少ない。安いものを買ってしまったから壊れても仕方ないと納得しているのではないか。一方で、デパートやホームセンターで購入したものは、これだけの値段で買ったのだからと、クレームも多くなる。買った本人は値段と品質を理解していると思う。
- 嘘つき表示と無表示は分けて考えるべき。嘘つき表示はいくら安くても取り締まりの対象である。表示のないものを消費者が購入した際はある程度のリスクがあるということでも良いのではないか。
- 現状は、品目制度なので、指定品目に該当しないものは表示がなくても良いことになっている。例えばLEDランプなど日常で実際に使用されているにも関わらず表示義務がない。日用品以外の製品は必ずしも表示する必要がないと思うが、日用品については漏れなく表示すべき。
- 緩やかな表示に規制をかけた場合、必須項目として表示者名（製造者、輸入業者は問わず）は表示するとして、使用上の注意／取扱上の注意という漠とした形にして、何が必要事項かはそれぞれの業界や販売事業者が考えるというやり方もあり得るのではないか。それならば広い網はかけられると思う。ただその場合、製品ごと、メーカーごとに考え方が異なり書いてあることの統一がなくなるということが起こる懸念がある。その場合、消費者がきちんと製品を選ばなければならなくなるということになる。
- 表示は品質の一つだというのはもっともだと思う。家庭用品の品質表示とは、品質については我々が全て責任を負うということを一般の消費者に宣言することだと思う。責任の所在の明確でないものを商品として販売するべきではない。輸入者であれ、製造者であれ、販売者であれ、誰が表示をするのか、誰が品質について責任をもつかという定義づけをもっと明確にしていけば、各事業者の考え方が宣言されることになる。
- 一方で普及啓発という点では、「表示者名がきちっと表示されていない商品は疑わしいですよ、消費者もそういったことを確認して購入しましょう」という活動を行なえば、もっと家

表法の考え方は浸透していくのではないか。

- 厚労省の薬事法の改定の際、製造業者の認可制が届出制に変わった。このように事業者の責任を明確にしていくことも課題になっていくのではないか。

5）全体を通じて

- 全体を通じての意見はあるか。次回は取りまとめ案を出して議論する予定である。次回の案にあらかじめ盛り込んで欲しいことはないか。
- 洗濯絵表示の改正について。一般消費者まで絡んだ改正になり、普及活動に力をいれてやっていかなければならない。出来ればその機会をうまくとらえて、（洗濯絵表示だけでなく）他のところも踏まえて一般消費者へのアピールを行なっていけば良い。
- 普及啓発の方法論について。省庁の HP はどこも分かりづらい。ネットの特性として、HP は宣伝しないと見てもらえないが、普及啓発の知識などをネット上でアップしてもそれを積極的に宣伝していない。いまだにポスター、パンフレットになっている。ネット上で完結するような普及啓発の方法を考えていくことも必要ではないか。家表法で問題になっているのはネット通販などがあると思う。大手の小売事業者では、適正な表示を実施していると思うが、ネットのみで販売しているような個人事業者はやっていない。ネット上での広報活動も考慮していく必要があるのではないか。
- 省庁の HP は分かりづらい。企業の HP と違ってマーケティングの発想がない。
- 子どもを通じて親に訴えていくという普及啓発の形もあると思う。子どもでもわかる、簡単なものからやっていかないと、馴染みが薄いだけに普及啓発は難しいのではないか。改めて小冊子をつくり、親子を対象に学校で時間を設けてもらうなど、積極的に取り組んでいかなければいけない。

事務局：小冊子等は若い世代にアピールするのか。

- 読者に聞いた際、家表法には馴染みがなかった。主婦の生活者の視点から言うと、子どもがわかるくらいのやわらかいものでないと、分からない。学校で教育し、それを（子どもが）持って帰って親と子が話せるきっかけを作っていくことが重要。そこから興味を持って HP を開くということがあると思う。きっかけとなるものが必要。
- 事業者向けのものだけでなく、消費者目線のハンドブック等はないのか。

事務局：表示する側のものしかない。

- そうであれば消費者にもっと勉強してもらってという部分は全然働いていないということ。
- 消費者啓発の観点は、簡単なものから入ったからほうがいい。

事務局：準備委員会でも指摘があったが、企業の子ども向けサイトは分かりやすい。知識のない大人もそれを見てわかるということが重要。

- 今の取説など、PL 法があって何でもかんでも書かれていて、肝心なことが見落とされることが多い。
- 子ども用の教育をする場合に、子どもと親が一緒に勉強できるような教材にすると親も同

時に啓発することになる。そういうことが進んでいって消費者が表示に気を付けるようになると、嘘つき表示で損をする確率が高くなってくる可能性がある。そうなるとカシミヤの100%表示など正しい表示でない場合の違反調査が必要になってくる。

- ある程度業界にまかせる場合は、市場調査は絶対に必要である。そうでないときちんとやっている事業者がますます損をすることになってしまう。
- 試買試験の実施は今後どうなるのか。以前はしっかりと取り組んでいる事業者を褒めることもあったが、最近のものは悪いことがあったという報告ばかり。褒めることも必要。カシミヤに限らず法律を守るための試買を実施していくのが良い。以前の立ち入り検査は、日にちを指定して実施されており、社内教育の同期付けとして大きな効果があった。

事務局:それは取締りではなく、意識を高めてもらう、普及啓発の観点で行なっていたもの。

- その当時、教育した人は今でも家表法の認識は出来ている。
- 学校教育のなかで家庭科教育の時間が少ないように思う。
- 公立学校では道徳ではなくて、生活の時間として、テーマを学級で決めている。学校も啓発活動の場として活かすべき。
- JIS の改正には文部科学省の人も出てもらっている。学校での啓発を文科省にお願いして動いてもらうということも考えてもいいのではないか。
- 消費者庁も消費者教育を行っているのだから出来るのではないか。
- エコプロダクツ展などの環境問題の展示会には学校単位で来訪する。そういった展示会に消費者庁がブースをつくって家表法に関して、子どもの興味をひくような展示を行ってはどうか。消費者庁表示に関する展示を行うと、周辺の出展企業にも影響が出てくるのではないか。

以　上

第三回　本委員会　　議事録

日時　　平成 24 年 3 月 2 日(金)14:00～16:00
会場　　日経大手町セミナールーム1

討議・意見交換

１）家表法をめぐる環境の変化

・　「消費者の自己責任としての一層の情報提供を求める声」という表現はいかがなものか。消費者に自己責任をとってもらうために情報をきちんと提供しようとすべきだということならば、情報を提供するのが消費者の自己責任のように取れる。消費者の自己責任の前提としての一層の情報提供を行なうということではないか。

事務局:指摘は修正したうえで報告書の形にする。

・　環境変化の面で消費者がインターネットで情報を発信するということは家表法に何か影響があったか。
・　通常、店頭で表示を見ることが出来るが、ネットでは材質などそれ以外の家表法の表示をみることができないのではないか。ネットで商品をクリックすると、家表法の表示が出てくるような画面を見たことはない。
・　情報はたくさん出てくるが、どれが家表法の表示かが分からない。

事務局:ネット通販の場合は表示者名等は基本的には出てこないものなのか。

・　出てこないケースが多い。大手ならスペックとして作っているが、ネット販売は事業者のレベルは「個人」に近いものがあるので、(家表法の)知識が普及していない。そうした小口の販売者は、日本の表示に準拠して販売までやっているのかどうか。事業者そのものがインターネットによって非常に多様化している状況である。現状は家表法に関する知識や製品に対する発言力などが変わってきている。ネットを見ただけでは、事業者が個人なのかどうかの規模も分からないし、日本から情報を発信していないかもしれない。事業者の顔が見えないので、直接家表法とは関係ないが、そういった点でトラブルはたくさんある。
・　ネットをみていると翻訳ソフトが自動的に動いてしまってぎこちない日本語のホームページなども見受けられる。
・　以前は、カタログなど大手の媒体に出していれば事業者は逃げられなかった。今はそうではないところも出てきていて、事業者間の差は顕著であると思う。

事務局:販売している店の連絡先等までない状況ということか。

・　家表法の問題だけではないと思うが、事業者を選ぶために消費者への情報提供も必要なのではないかと思う。住所も連絡先も架空で、メールアドレスだけで商売が成り立つものもあり、注意が必要。通販が普及してきているので余計にそういったトラブルが起こっている。
・　通販カタログ等は家表法の対象外。先日も大手の通販サイトから買ったがトラブルに対

処してもらえない。大手を信用して個人が（商品を）載せていることに気が付かない消費者がいるという危険性がある。

- ショッピングモールは名前も普及しているが、そこが売っているわけではなく、広告だけ掲載していうようなところと混在して分かりづらい。表示の問題も、表示がないものでも流通しやすい環境になっているのではないかと思う。

２） 家表法の必要性

家表法の必要性について事務局より資料に基づいて説明を行なった。委員から特に異論、意見等はなかった。

３） 家表法の現状における課題

- 消費者の自己責任が薄いという指摘はおかしい。自己責任をうんぬんという場合はきちんと情報があった場合に消費者が選んでいくということ。現状の情報がない状態で消費者の自己責任の意識が薄いと言われても、それは違うと思う。
- 普及啓発を軸にするべきである。普及啓発が十分でないということである。
- 商品の選択の際にあまり参照されていないということ、購入の際に手がかりにする比率が少ない。選ぶときに（表示が）あまり使われていないというのを自己責任の意識が低いというのは違うように思う。
- いろいろな商品の注意書きが書いてあるが、注意書きはほとんど見ないで、自分の勝手に使って事故になるケースがある。製造側からするとそういう意見になる。読まないで自己になる責任がある
- 全ての人が自己責任の意識が薄くて好き勝手に製品を使っているわけではない。勝手に使うのはほんの一部の人であり、もし同じような事故がおきる場合は製造側の設計が間違っているというのがわたしたち（消費者の）考え方である。使い方が違っているわけではなく、そういった使い方もできるような製品を作るほうが間違っている。それで製品事故を少なくしようというのが今の時流の考え方である。

事務局：普及啓発が十分なされていないということか。

- 表示を見てもそれが家表法かどうかがわかっていない。家表法と表示事項であると消費者が認識していないで見ているものがあるのではないか。
- 家表法ではなくて、取り扱い上の注意を見ていない。例えば冷水ボトルを例にすると、年配と若い人の使い方が違う。使い方の注意書きを書いてはあるが、年代によっても事故の種類が違うというのが事実である。
- 脚立については一番上の段にはあがらないとなっているが、あがれるようなつくりにしてあがるなというのはどうかと思う。
- 「ふろいす」についても同じ。踏み台には使わないと（注意書きには）なっているが、おそらく使っているだろう。

・　湯たんぽの件。暖めすぎると爆発するものもあり、一方で電子レンジは食品のためのものであるという。どうして電子レンジで使うような商品を作るのかという矛盾がある。それは消費者が悪いわけではなくて、そこを消費者の自己責任とするのは違うだろうというのはある。
・　カイロの件も同じ。メーカーが指定している温度だと、消費者が使うと生ぬるいと感じているので、そこを多めに電子レンジにかけてしまうと事故が起きやすい。

事務局：自己責任についての記述は改めたい。

・　平成 9 年のことを受けての表現であると思うが、現状は情報提供が十分でないということだと思う。製品を使う際の常識的なことが十分普及していないのではないかと思う。
・　注意書きが何々するなということが書いてあれば、なぜかこうすればこうなるということをもう少し考える。触るな危険だけだと分かりにくい。
・　取説の表現についての課題はあると思う。なんでも書けばいいということでもない。
・　一般論ではあるが、注意表示については供給者サイドだけでなく、利用者サイドの声も聞いて適切な表示を行う必要があるということにつきる。
・　指定用語が政令ではなく、指定品目が政令の指定である。

事務局：訂正する。

４）家表法の運用見直しの方向性

事務局：海外との整合性について。合理的な判断に基づいたものは無理に国際表示にあわせるということではないという議論があったので、ここでは「海外にあわせる」という表現は避ける方向でいきたい。

・　平成 9 年の運用見直し前の方針を評価して、そこに軸足を戻すというイメージになるのか。

事務局：普及啓発ではそういったところが求められているのではないか。特に業界団体に加盟していない事業者が増えているということ、・委員より指摘があった店舗への立ち入りが家表法を学ぶ動機づけになっていたことも参考にし、そういった普及啓発は必要ではないかと思う。

・　罰則が強い法律ではないので、普及啓発に力を入れたほうが今回の主旨にあう。
・　普及啓発の性質も変わってきている。普及啓発方法がインターネットなどを使って情報がばらばらにならないようにしないといけない。方法は平成 9 年の以前とは違った形になっていくべきである。そういう意味での見直しは必要であろう。
・　普及啓発について、前とどこが同じでどこが違うのかということなど、重視する理由を書き込むと分かりやすくなるのではないか。
・　普及啓発には消費者、販売者、製造の3つのランクがあって、それぞれに違うのではないかと思う。コンプライアンスを標榜しているなら家表法も法律なのだから必要だと思う。罰則がないので家表法はどうしても後回しになっている。

・　罰則はないし、やらなくてもいいようになっているのか。
・　「守らないとどうなるの？」という程度の話でしかなくなっている。
・　もっと消費者に普及啓発されて、表示のないものは選ばないということが定着すれば必ずしも罰則は必要かといえばそうでもない。製品が多様化しているだけに余計必要だと思う。
・　そのためには、誰がみても分かりやすい表示に整理しなければならない。
・　消費者が（表示を）購入の決め手になっていない部分をどうするか。仕方ないと割り切るか、選択の段階で表示を重視しているものが売れるというマーケットを作るか。表示は選択のためだけではなく、安全に使用するためや捨て方の説明の比重が現状で高いのであれば、選択のための表示だけを重視しない表示行政もあると思う。情報提供が家表法以外の様々な購入の動機になるような「おいしい情報」はおそらくたくさん出てくる。表示で義務付けるとすれば「おいしくない積極的に出したくない情報」をで出すということを法律で義務づけるべきではないだろうか。
・　そういう考え方でいいと思う。そういった表示がされているか、されていないかが選択のひとつの基準になるように普及啓発すればいい。マイナス表示、ネガティブ表示で構わないと思う。
・　選択で使うとすると、これが表示されていないとだめというキーポイントなものがはっきりすれば消費者に普及しやすい。

事務局：現状の家表法の表示は消費者にとって分かりにくいということか。

・　分かりにくいものもある。

５）　家表法の見直しに係る基本的な考え方

事務局：表示者の責任について。将来的に方向を考える場合、どこまで表示者の責任としてとらえるのが妥当か。

・　表示者は誰でもなれる。家表法の表示者になった場合は製造者と同様の責任は覚悟している。表示者になった場合はそれなりの対応はするようにしている。
・　そうすると表示しないほうがいいのではないかという流れになってしまうのではないか。製造物責任はあくまで製造した側の安全に対する責任である。表示をする人が自分が製造者のように、あるいは自分のコントロールの下に製造させているかのような表示をすることは危ない。品質をきちんと表示すれば製造者の責任はないということをきちんと普及させたほうがいい。品質に問題があった場合は、結果として誤った表示となり、うその表示として責任はある。メーカーに確認してメーカーがこうだといったことを表示するのはいいが、よく分からないから適当に表示することは問題である。メーカーが品質を表示していないものは扱わないのだというのはひとつのポリシーである。本当の品質をわかっているのはメーカーである。
・　現状では表示者にはなっていない。時々、商品のオリジナリティの問題の点で（小売でも）

表示者になりたいという声はある。

事務局：小売の立場で表示者になるということは意識としては製造物責任を考えているということなのか。

・ 家表法とはいえ、表示者になることはそれなりの責任はあるとは思っている。

事務局：みんながみんな当然そうではないということか。

・ 製造元は誰という表示を入れているのか。百貨店名だけだと製造者に思われかねないがどうか。

・ 製造と販売の両方書くときは事務局：に問い合わせをしたことがあるが。

事務局：：ふたつの会社名があったら、どちらも責任が取れるようにすれば併記は可能。家表法は製造元、販売元を表示しなければいけないという法律ではない。

・ 品質がわかっているのは製造者。メーカー、輸入者が表示者であるべき。

事務局：表示者は品質に対しての責任も負うということか。

・ そうである。

事務局：表示者の責任については引き続き検討課題とする。網羅的に対象にした場合、どこまでを対象にするのがよいのか。

・ 業務用でも一般に売る場合は対象とする。景品は家表法の対象外だが準じてやっている。一般の人が購入可能なものについては対象としたほうがいいのではないか。

・ そのために品目を拡大する必要はない。実態として、業務用でもエンドユーザーに流通するものとして考えればいいのではないか。

・ プロ用を強調して売っている製品もあるがいかがか。

事務局：指定品目でなくなると、どこまでが家庭用品かの範囲があいまいになるのではないか。

・ 現状のかばんとハンドバッグの件、靴も微妙。対象外の革製品もあり、最低限表示者名と材質の表示は必要ではないか。

・ 事業者が家表法の理解していないから、指導をするために分かりやすい使い方、正しい表示をするとお客さんが正しい表示だなと見るようになる。取説表示どおりにしなくてもよいので表示を見なくなっている。もともとそのへんがよくない。表示責任者は誰でもいいというのは妥当。輸入品を購入して分析すれば表示は可能。売るためには表示の正しい分析をして、正しい表示をすべきである。限定的に製造や輸入事業者だけにすると多いに支障がでてくる。

・ （小売でも）分析はしている。

・ 考え方として対象商品は限定ではなくて全部である。対象品目を限定するのではなく広げていく、推奨する形に持っていければいいのでは。正しい表示を行政が指示をすることによって（表示制度が）広がるのではないか。正しい表示を広く正しく使ってもらうという方向にいくほうがいい。

・ 指定品目制度や細かい品目毎の義務付けもやめ、大括りの表示項目にして守ってもらう。

安全上の必要があれば個別指定をして守ってもらう。

事務局：将来的にはそういった方向で検討する。家表法の見直しの枠組みについて、ご意見をいただきたい。

・　業界団体の組織率が下がっている理由は何か。メリットがないということか。
・　扱い品目が多様化しているから、入れないということがあるのではないか。
・　今後、こうした状況は広がっていくのでは。業界団体を通じて経済政策をすることは難しくなっていくのではないかと思う。違う方向で周知徹底を行なうことも必要である。
・　他品目を取扱う小売業の意見も今後、聞いていくべきだと思う。

事務局：指定品目については、将来的には網羅的にするといった方向だが、現状での検討が必要な部分はあると思う。

・　家表法以外の注意表示はできないということか。

事務局：そうではない。

６） 家表法の普及啓発に向けた取組

事務局：普及啓発に向けての様々な意見をいただいた。消費者向けと事業者向けの普及啓発で、特に事業者向けの普及啓発は進んでいないということか。

・　法律が分かりづらい。いろいろなところを見なくてすむように、一覧で見られる状況を作ってもらえればと思う。正しい情報が収集しやすくなればよいと思う。消費者啓発もシンプルなものがよい。HP やリーフレットを工夫する。バナー広告でクリックすると HP に飛ぶなどといったように広報もセットに考えればいい。
・　昨年、店舗で一般消費者向けに洗濯表示の見方の講習会をした。来場者には好評だった。

事務局：来場者は（家表法について）知らない人だったのか。

・　絵表示の見方はわかっていたようだが、法律に基づく表示だとは分かっていないようだった。
・　洗濯絵表示なども、学習会等で教えてもらうとすっきりするという気持ちはよくわかる。
・　表示は品質の一部であり、表示が競争力につながるということは、消費者が反応しないと意味がない。
・　表示を省略してコストを下げたほうが、競争力につながるという状況ならいつまでたっても変わらない。何かトラブルがあったときになぜ表示がなかったのかということになる。表示を普及させるためには（啓発は）必要である。
・　どちらかだけの啓発ならマーケットはまわらない。
・　事業者は理解していない。大手はいいが、個人事業者まで家表法は浸透していない部分はある。個人的な意見ではあるが、表示をする人は資格制度を設けてはいかがか。消費者に適正な情報を与えるというのが前提であるならば（表示を）誰が付けてもいいという状況はどうかと思う。ネット販売の広がりもある。場所貸しをしているだけのところもあり、

そういうところに販売責任もあることの理解を進めたほうがいい。ネット販売にもきちんとした規制をすることも必要なのではないか。

- 事業者に表示が適正でなければ淘汰されるという危機感を持ってもらうためにも消費者の普及啓発も重要である。
- オール×の洗濯絵表示についても事業者に正しい表示をお願いしたい。メーカーとクリーニング業者のあいだに挟まれるのは結局のところ消費者である。
- オール×は表示上では正しい表示だが、クリーニング業者に押し付けてしまうことが問題であった。今度の JIS 改正ではクリーニングの表示も含めることになっている。今後、クリーニング業者の意見も含めての表示が必要ではないか。見えるところに「これは洗えません」と表示する。それは洗えないけど買いますというのなら構わないが、今は表示が見にくいところにある。一部そういうところの見直しも必要である。
- 事業者向けの普及啓発については、中小及び地方の事業者だけでなく、大手も勉強しなければいけないと思う。

事務局：次世代の教育について。繊維、アパレルは家政学部などがあるが、それ以外の場合、会社に入ってから勉強するということ適正なのか。

- 多種多様。資格等は必要。勉強の機会になる。そういったことも重要ではないか。
- FTA とか TPP まで入れる必要はあるか。

事務局：海外からものが入ってきているという意味だったので。必須のものではない。

以　上